

LA RIVISTA DEL CLUB AMICI DEL TOSCANO  
Anno IV - Numero 3 - dicembre 2016 - 0,50 euro

# TOSCANO



Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - 70% - Aut. G.U.P.A.C./PD 7/20/2014

# STILNOVO

L'INNOVAZIONE NELLA TRADIZIONE  
PER FESTEggiARE I 10 ANNI DI MST



PERIODICO RISERVATO AI SOCI DEL CLUB



# Seguso EXPERIENCE

## Un fuoco sempre acceso, dal 1397

NEL XIII SECOLO ERA UN MESTIERE DA TENER NASCOSTO AGLI OCCHI DI TUTTI. UN SAPERE CHE AVEVA UN VALORE CAPITALE. LE LEGGI DELLA SERENISSIMA VIETAVANO LA DIVULGAZIONE DELL'ARTE DEL VETRO CON SANZIONI PESANTI PER MANTENERNE IL MONOPOLIO. UNA STORIA, QUELLA DI MURANO, CHE OGGI CERCA UNA NUOVA VIA, E SE È VERO CHE NEL MONDO TUTTI CONOSCIAMO QUEST'ISOLA VENEZIANA, AL TEMPO STESSO IN POCHI DISTINGUONO E RICONOSCONO L'ESCLUSIVITÀ DEL VETRO MURANESE.



• ANTONIO HERRERA  
FOTO DI SEGUSO VETRI D'ARTE

«**N**ascondere non significa custodire e condividere, e raccontare non vuol dire svelare o diffondere l'informazione. Oggi più che mai abbiamo una straordinaria opportunità come Paese Italia», afferma Gianluca Seguso. Oggi questo patrimonio viene invece presentato e raccontato ad appassionati italiani e stranieri, sì perché unendo l'artigianato con nuove tecnologie e internazionalizzazione si gioca una partita che vede il nostro Paese tornare a primeggiare sui mercati, è una sfida sia economica che culturale. È la storia di Gianluca Seguso, la sua famiglia lavora il vetro dal 1397. Dopo aver imparato l'arte,



si trasferisce negli Usa dove rimane 10 anni e apre la filiale americana e lo showroom a New York. Rientrato in Italia, ha in mente un progetto di comunicazione innovativo, che va in controtendenza rispetto alla consolidata chiusura della comunità muranese a condividere il proprio sapere.

La sua idea si chiama "Seguso Experience": una visita polisensoriale ed esclusiva all'interno della fornace di famiglia, lungo il percorso che il vetro compie inalterato da secoli.

La fornace si apre alle visite per condividere i segreti di un'arte centenaria, per raccontarsi in maniera autentica, secondo i dettami del moderno marketing culturale ed esperienziale. È un viaggio nel cuore più autentico di Murano: nuovo, originale, elegante e raffinato.

È subito un successo, le prenotazioni arrivano da visitatori di tutto il mondo, la fornace accoglie gli ospiti con spettacolari lampadari che illuminano l'ambiente di lavoro mentre i maestri creano accanto ai forni con passione e maestria, facendo comprendere dal vivo come nasce il vetro soffiato più prezioso. Una vera e propria esperienza sensoriale che apre il cuore dell'azienda e la proietta nel futuro. Abbiamo avuto il piacere di parlare con Gianluca Seguso, Ceo e Presidente di Seguso Vetri d'Arte.

Oggi più che mai il concetto di innovazione lo si deve applicare a tutti i processi aziendali, non solo sullo sviluppo dei prodotti. Con voi lo si vede sviluppato anche nel web e nella comunicazione... Cosa c'è per voi dietro la parola innovazione?

La definizione che a me e ai miei fratelli piace dare di "innovazione" è legata alla tradizione. L'innovazione è il frutto

odierno di un seme passato. Ovvero la tradizione non è altro che una sequenza di innovazioni del passato ben riuscite e non esiste tradizione se non facciamo innovazione oggi. Per noi *innovazione* è un'evoluzione non rivoluzionaria, è sperimentare ma con un atteggiamento di rispetto per ciò che c'è stato prima.

Quante persone lavorano in Seguso e come siete organizzati?

In Seguso Vetri d'Arte lavorano complessivamente oltre 40 persone, di cui circa metà nella parte produttiva e la restante distribuita tra lo studio tecnico e sviluppo creativo, gli uffici commerciali e l'amministrazione. La parte commerciale in realtà opera tra Murano e gli USA, dove hanno sede la nostra filiale e lo showroom al New York Design Center.

Possiamo dire che fate anche cultura e non solo business? Tutti conoscono Murano, ma ben pochi comprendono cosa ci sia di unico dietro al vetro muranese...



Immagini di momenti di lavorazione nella fornace Seguso. A destra, i fratelli Gianandrea, Gianluca e Pierpaolo.

In realtà, credo che possiamo cambiare il paradigma. Facciamo anche business oltre che cultura: credo che per fare bene, e fare bene a Murano, sia necessario avere di fondo una chiara visione e intuizione. Non vendiamo oggetti in vetro ma proponiamo emozioni che vengono rievocate da quegli oggetti. Parlare di "emozione" significa avvicinarsi a una sfera diversa, più intima e personale. Se un prodotto è fatto bene, con attenzione al dettaglio, ecco che diventa il primo anello della cultura.

L'altro modo in cui facciamo cultura è il modo come ci poniamo di fronte ai prodotti e ai processi.

Fare cultura per noi significa anche catalogare e custodire documenti e modelli del passato, per trasmettere e condividere con gli altri ciò che è un patrimonio aziendale composto da oltre 30.000 documenti. Fare cultura per noi è, infine, anche formare costantemente noi stessi e i nostri collaboratori a quello che è il modello di business.

Dove si possono acquistare i vostri prodotti? →





In alto: Gianluca e Pierpaolo Seguso in fornace. Sotto: cataloghi storici e a destra il lampadario realizzato negli anni '40 per un Teatro di Milano.



In alto a sinistra: il lampadario di 9 mt realizzato per una residenza privata in California. A destra: il direttore artistico Flavio Poli ed Ernesto Seguso, sotto i disegni dall'Archivio Seguso Vetri d'Arte.

→ I prodotti Seguso Vetri d'Arte si possono acquistare direttamente qui a Murano presso la nostra showroom e la nostra boutique, a Venezia presso l'Hotel Bauer, ma anche negli USA dove abbiamo un nuovo showroom al New York Design Center e naturalmente sullo shop online [seguso.com/shop/](http://seguso.com/shop/).

Realizziamo inoltre moltissimi progetti e prodotti custom, architetti e interior designer internazionali sono i nostri "ambasciatori" nel mondo, sia per il settore residenziale che per quello contract.

Qual è il bilancio con il territorio, con la comunità, le istituzioni, cosa date e cosa ricevete?

"Che cosa diamo" lo dovrebbero dire gli altri. Io posso solo dire "Che cosa mi auguro di riuscire a dare" al territorio e alla comunità: la passione e l'entusiasmo per una visione del futuro che rinasce da punti fondamentali come la qualità, il dettaglio, la sapienza, la conoscenza del passato.

"Cosa riceviamo" è sempre molto soggettivo. In Italia e nel mondo, fare impresa è un'operazione complessa, quello che di fatto chiedono tutti gli imprenditori è chiarezza e semplicità: forse non ne riceviamo abbastanza.

Avete contatti e collaborazioni, progetti con altre azien-

#### SEGUSO EXPERIENCE



### Un viaggio polisensoriale alla scoperta di arte, tradizione, passione

Seguso Experience è un programma di visite alla fornace della Seguso Vetri d'Arte, nato per condividere con gli ospiti i segreti di un'arte centenaria.

Da oltre sei secoli la fornace è il cuore della produzione artistica Seguso Vetri d'Arte, un luogo antico e magico dove il fuoco rimane sempre acceso. Uno spazio così straordinariamente unico che spesso viene scelto come palcoscenico di scenografiche cene di gala ed eventi privati che si snodano tra la fornace e i suggestivi esterni. Essa si affaccia infatti su uno scorcio segreto della laguna di Murano,

svilupandosi attorno a un piccolo giardino, dominato da un'antica torre, la più alta dell'isola. In un'atmosfera densa di suggestioni che toccano vista, udito, olfatto e tatto, la Seguso Experience traccia un racconto inedito che celebra il vetro, le sue alchimie, la genesi creativa, le mani che lo plasmano. Accompagnati da una guida esperta, i visitatori si muovono lungo il percorso che il vetro compie inalterato da secoli per osservare i Maestri e assistere alle diverse fasi di lavorazione. Un viaggio nel cuore più autentico dell'isola, scandito da alchimia, colore e saperi tramandati da sei generazioni Seguso.

La Seguso Experience è solo su appuntamento e la visita può essere effettuata anche nella magia della sera, con ingresso a pagamento.

de di eccellenza italiana?

Sicuramente più che i contatti con le aziende di eccellenza o con i brand specifici, mi piace raccontare che abbiamo dei contatti con le "persone" e che ci sentiamo vicini a quel tipo di cultura che Carlo Petrini ha istituito con il movimento Slow Food, cioè una cultura del sapere passato. Mi sento più vicino alla sua modalità di pensiero che a una modalità industriale.

Come e quando le è venuta l'idea della 'Seguso Experience'?

Domanda non facile. Mi verrebbe da dire "da sempre". Non c'è un momento preciso, la Seguso Experience è nata, cresciuta, si è evoluta nel tempo. Sicuramente è la capitalizzazione di una serie di personali esperienze vissute, mie e dei miei fratelli. È un desiderio nato viaggiando, osservando, sperimentando, quasi annusando certe fragranze all'interno di musei che visitavamo. Poi, quasi come in una sorta di ricamo, un po' alla volta ha iniziato a crescere. È come la messa a fuoco con un obiettivo: è stata un'evoluzione costante. Ora, aggiungere dettagli all'Experience è quasi una danza che compiamo nel desiderio di rendere l'esperienza sempre più autentica. ★