

Innovatori da mezzo millennio

Si tramandano l'arte della lavorazione del vetro da ventidue generazioni. La loro società è una delle anime di Murano, il distretto industriale più antico al mondo. Ecco il segreto dei Seguso, i maestri che hanno fatto scuola in ogni epoca

«**I**L PRIMO DOCUMENTO DOVE si parla del maestro vetraio Seguso è datato 3 maggio 1397. Dal Concilio di Trento siamo in grado di ricostruire tutta la storia tramandata di padre in figlio della nostra famiglia per ventidue generazioni e che da circa cento anni ha preso forma nell'azienda Seguso & Seguso». L'amministratore delegato della società, Gianluca Seguso guida dal 2006, insieme al fratello, l'azienda di famiglia: una delle tre realtà più importanti della laguna con 55 dipendenti, due unità produttive a Murano e uno showroom di proprietà a New York oltre a essere rappresentati da una dozzina di spazi espositivi negli Stati Uniti; in cantiere c'è un nuovo negozio a Londra perché è il punto di convergenza di Russia ed Emirati Arabi.

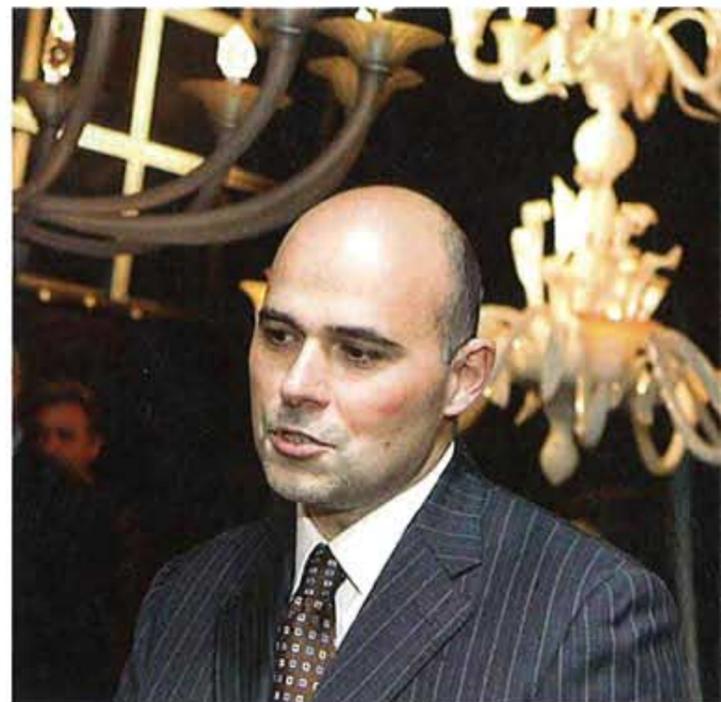
Gianluca Seguso rappresenta inoltre nel mondo della Confindustria veneziana i maestri della tradizione lagunare legata alla lavorazione del vetro: «Una grande storia che ha valore millenario», spiega a *Tempi Seguso*. «È nel 1291 che, per l'editto dogale promulgato dal Doge Tiepolo, tutte le attività che producono vetro vengono spostate in un'isola: Murano. Si è creato così un vero e proprio distretto industriale che oggi è il più antico al mondo».

La produzione artigianale di Murano dà

lavoro a 700 addetti ed è composta da 80 aziende che fatturano complessivamente 100 milioni di euro, ma una buona porzione delle vendite è realizzata dalle tre imprese più grandi del settore (circa il 25 per cento del volume); una di queste è la Seguso & Seguso. Nell'isola risiede un'altra anima nel settore del vetro, che è esclusivamente di matrice commerciale. Sono circa una ventina di imprese che di fatto non producono, ma vendono quasi sempre prodotti di Murano e che fatturano circa 100 milioni di euro l'anno, da sommare a quelli realizzati dalle vetrerie. Il contesto è quello di una città in cui transitano 25 milioni di turisti l'anno e fra questi il 25 per cento visita l'isola.

Il mercato di riferimento

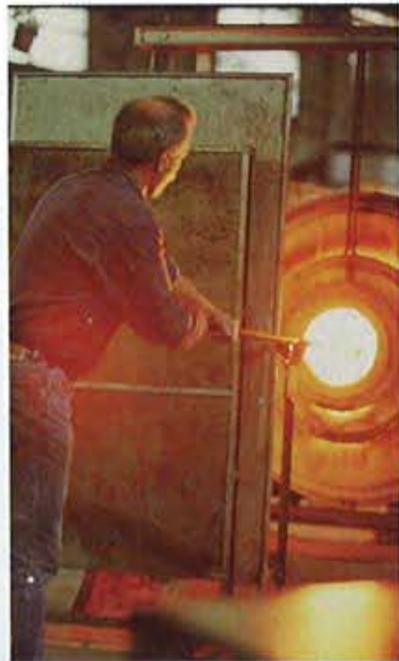
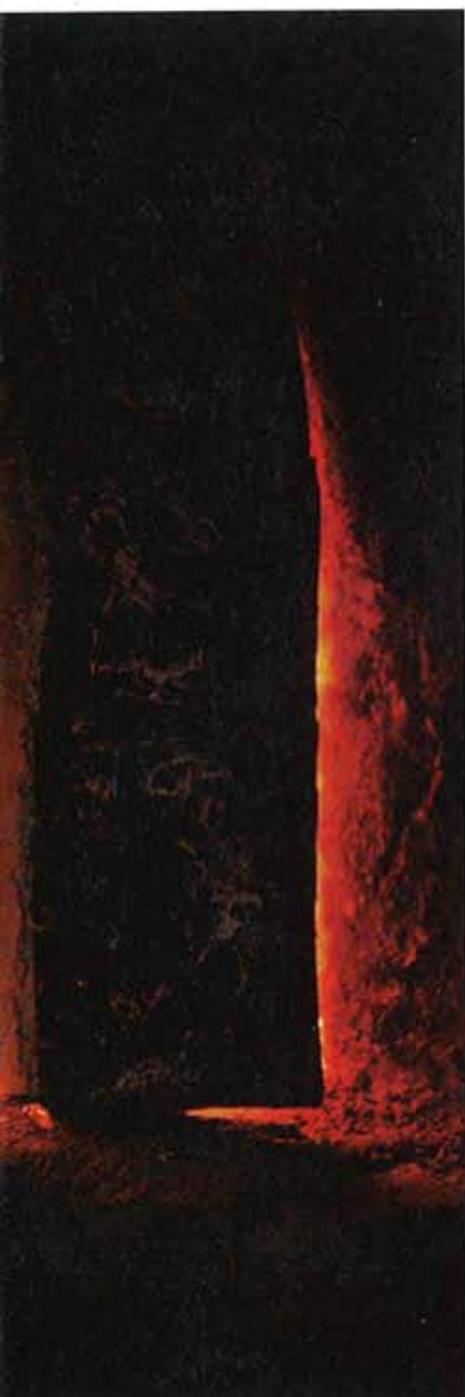
Parlare di Murano significa considerare una realtà di maestri artigiani che da centinaia di anni trasmettono «una storia vissuta: è la discussione in osteria tra il maestro e l'artigiano, una piccola ma straordinaria micro filiera». La sfida competitiva deve far leva sul pieno rispetto della tradizione e dell'eccellenza dei prodotti senza togliere spazio al momento creativo dei singoli artigiani. I maestri di Murano creano dei prodotti per il mercato del lusso e purtroppo negli ultimi anni il settore sta subendo



Brugnaro: «Dallo sport possiamo imparare a valorizzare il territorio»

«**Venezia è la perla, e come tale va difesa**», dice a *Tempi* Luigi Brugnaro, presidente della Confindustria lagunare, titolare della società di lavoro interinale Umana e proprietario della squadra di basket Reyer. I riferimenti alla storia veneziana sono molteplici nelle prospettive future dell'economia lagunare di Luigi Brugnaro. «Venezia non è solo la città, ma comprende tutta l'area del bacino idrico: un territorio ampio che ha una sua identità naturale e non politica. Nel passato era così, infatti possiamo affermare che i vicentini erano nello stesso tempo veneziani. Avevano le loro attività nell'entroterra, ma il palazzo di rappresentanza era a Venezia. Le divisioni sono arrivate successivamente con Napoleone e l'illuminismo». L'idea imprenditoriale di Luigi Brugnaro, inoltre, mutua i suoi punti cardinali dalla sua esperienza sportiva nella pallacanestro: «Giocare in difesa e poi contrattaccare. Dovremmo imparare dalle tattiche sportive il modo di muoverci nella società».

Per il rappresentante degli imprenditori veneziani significa aspettare tutti coloro arrivati nell'entroterra veneziano per interessi legati all'economia e convogliarli verso la città lagunare per far vivere l'esperienza della bellezza della città di san Marco e infine portare a compimento gli affari. Sintetizza Brugnaro: «Prima si fa perdere la testa al viaggiatore con la bellezza che caratterizza ogni angolo di Venezia, poi si fanno gli affari. Difesa e attacco». L'idea di Luigi Brugnaro sta nella capacità di creare competizione tra sistemi metropolitani, attraverso la valorizzazione delle nostre realtà storiche in un contesto mirato all'efficienza di tutti i servizi, dalle strutture di comunicazione fino alle università. Prendere questo senso di marcia, creerebbe un vero valore aggiunto per le singole realtà italiane che si metterebbero in competizione tra di loro, ma a livello di sistema si conquisterebbero nuovi mercati nel mondo e si attrarrebbero nuovi capitali.



Sopra, alcune fasi della lavorazione artigianale del vetro. A sinistra, due lampadari prodotti dalla Seguso & Seguso. A sinistra, in basso, Gianluca Seguso, amministratore delegato dell'azienda

delle pesanti flessioni soprattutto nel settore domestico, ovvero il mercato determinante per i maestri vetrai a cui manca una vera e propria vocazione all'internazionalizzazione delle vendite.

La sfida competitiva è stata colta da Gianluca Seguso che nella seconda metà degli anni Novanta si trasferì a New York e ci restò dieci anni per aprire un punto vendita della sua azienda nel cuore di Manhattan. «L'economia è una sfida aperta, in particolare per il settore del lusso perché dobbiamo essere in grado di coniugare il lavoro artigianale della nostra storia con le mutazioni richieste dai mercati. La mia idea imprenditoriale è di calare una "campana di vetro" su quello che è il vero core business: la tradizione, il processo e la consapevolezza unita alla conoscenza di alcuni gesti. Nello stesso tempo occorre ripensare al modo di fare impresa, a partire dai network commerciali per arrivare all'applicazione di sistemi efficienti nella gestione dei costi e del customer service. Per i prossimi cinque anni stiamo scommettendo sulla creazione di satelli-

ti commerciali dove esporre i nostri prodotti in punti chiave sparsi nel mondo».

La filosofia di impresa di Seguso fa fondamento sulla tradizione all'interno di un processo innovativo. Una "tradizione innovativa" è dunque il modello che secondo il titolare della vetreria di Murano può dare futuro alla storia secolare. «A quel punto il prodotto può essere gestito a livello internazionale. Credo fortemente che il nostro artigianato è simile a quello di Slow Food dove c'è una protezione dei presidi: non è solo una questione di gusto, ma comprende tutto ciò che arriva da quel territorio. Il vetro di Murano è così: è una storia vissuta, una cultura e una realtà sociale dove dovrà essere soddisfatto il momento creativo senza disperdere la sapienza del passato e metterla al servizio di un prodotto d'eccellenza».

Il passaggio del testimone

Provocato sull'ipotesi di delocalizzazione, ovvero di spostare parte della propria produzione in sistemi diversi da quello italiano, Gianluca Seguso risponde deciso: «Se andassi da altre parti farei qualcosa di diverso, non il vetro. Questo tipo di lavoro che la mia famiglia porta avanti da generazioni ha senso solo qui a Murano». Anche gli imprenditori cambiano, infatti il vetra-

io di Murano parla delle differenze con il padre che nel 2006 decise di lasciare le redini dell'azienda ai suoi due figli: «Io ho studiato design e architettura a Milano, poi mi sono trasferito negli Stati Uniti per dieci anni, dove ho visto le diversità nella cultura, nel modo di pensare: cose che normalmente, quando non si esce dal proprio paese, non si possono capire. Mio padre invece è un artista e un poeta: disegna i prodotti, ne studia le tecniche, le forme, ne discute con i maestri e poi scrive poesie per incidere sulle sue opere. Per noi è come se fosse il faro che ci indica la rotta e il porto sicuro. Ci rendiamo conto che quello che abbiamo ci è stato messo sul piatto da chi è venuto prima di noi e quindi, tutto ciò che abbiamo ricevuto lo dovremo riproporre conservato e migliorato quando riconsegneremo ai posteri questo testimone».

Sulla situazione che sta caratterizzando il sistema italiano, Gianluca Seguso sente il peso caratterizzato dal fatto che «questa crisi economica ha cambiato le regole del gioco senza aver cambiato gli attori, per cui ci troviamo in un contesto apparentemente familiare (fornitori, banche, eccetera) con delle relazioni cambiate per tutti».

Massimo Giardina
Twitter: @giardser