



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea
Magistrale in Sviluppo
Interculturale dei
Sistemi Turistici

Tesi di Laurea

Glass Tourism

“Riscoprire i luoghi
italiani del vetro”

Relatore

Ch. Prof. Michele Tamma

Laureanda

Ornella Naccari
Matricola 987934

Anno Accademico

2019 / 2020

*Questo progetto è dedicato
A Silvano Mamprin e a Maurizio D'Este, i miei grandi maestri*

*A mio marito, ai miei figli e alle carissime amiche Anna, Laura e Paola
per avermi supportato e sopportato!*

RINGRAZIAMENTI

ALTARE

Un grazie particolare al Sig. Gianluigi Pantaleo, Presidente dell'I.S.V.A.V, alla Sig.na Erika La Cecilia, Segreteria I.S.V.A.V e al Sig. Roascio per avermi fornito il materiale fotografico.

EMPOLI

Un grazie particolare alla Prof.ssa Stefania Viti Pagni, curatrice di MUVE (Museo del Vetro di Empoli), alla Sig.ra Stefania Terreni, responsabile dell'Archivio Storico del Comune di Empoli e al Sig. Francesco Terreni, maestro vetraio.

PIEGARO

Un grazie particolare per la generosa ospitalità a Colleen Simpson e Tom Weebb, proprietari dell'Antica Vetreria di Piegaro, alla Dr.ssa Sabrina Vernarecci per il prezioso materiale fornitomi e al Sig. Giorgio Panduri, parente della quinta generazione Moretti e squisita guida dello studio-museo Moretti.

MURANO

Per il fantastico excursus nel mondo delle perle veneziane e delle murrine ringrazio il Prof. Giovanni Sarpellon, Marisa Convento, Vice-Presidente del Comitato per la Salvaguardia dell'Arte delle Perle di Vetro Veneziane Alessia Fuga, giovane perlera e le sorelle Giovanna, Orsola, Carlotta Moretti.

INDICE

Introduzione

CAPITOLO 1 – Il turismo culturale, il turismo esperienziale e Glass Tourism	p. 1
1.1. L'offerta di turismo culturale in Italia	p. 1
1.2. Domanda: chi è il turista culturale	p. 2
1.3. Il “Design” del prodotto Glass Tourism	p. 3
1.4. Chi potrebbe essere il turista di Glass Tourism: Target attuale e nuovo target	p. 6
1.5. Il turismo Esperienziale e Glass Tourism	p. 7
1.5.1. <i>Il Content</i>	p. 7
1.5.2. <i>“La Forma Espressiva” – Il Bundling Esperienziale</i>	p. 7
1.6. I luoghi di Glass Tourism	p. 8
1.6.1. <i>Altare</i>	p. 8
1.6.2. <i>Empoli</i>	p. 9
1.6.3. <i>Piegaro</i>	p. 11
1.6.4. <i>Murano</i>	p. 12
1.7. Marketing Esperienziale e Glass Tourism	p. 13
1.7.1. <i>Consult Travel Search Stats</i>	p. 14
1.7.2. <i>Understand the Travelling Customer's Journey</i>	p. 14
1.7.3. <i>Define Your Target Audience</i>	p. 14
1.7.4. <i>Give Them What They Want</i>	p. 15
1.7.5. <i>Get Them Where They Want to Go</i>	p. 16
1.7.6. <i>Pay Attention to How People Search for Travel</i>	p. 16
1.7.7. <i>Reach Travellers at the Right Time</i>	p. 17
1.7.8. <i>Embrace Facebook Ads</i>	p. 17
1.7.9. <i>Bid On Your Brand Terms</i>	p. 18
1.7.10. <i>Close the Loop with Remarketing</i>	p. 18
1.8. Per il lancio di Glass Tourism	p. 19
1.8.1. <i>Define your target market</i>	p. 20
1.8.2. <i>Define your goals</i>	p. 20
1.8.3. <i>Track and measure your progress over time</i>	p. 21
1.8.4. <i>Increase customer engagement</i>	p. 21

1.8.5. <i>Conduct market research and analysis</i>	p. 21
1.8.6. <i>Develop your marketing</i>	p. 22
1.8.7. <i>Grow a niche</i>	p. 22
1.8.8. <i>Test run your digital strategy</i>	p. 23

CAPITOLO 2 – Luoghi e Storie di Vetro p. 24

2.1. Cenni storici: dagli Egizi, ai Fenici, ai Romani	p. 24
2.2. Una nuova tecnica: il soffiaggio	p. 25
2.2.1. <i>Soffiaggio Libero</i>	p. 26
2.2.2. <i>Soffiaggio in Stampo</i>	p. 26
2.2.3. <i>Lo Stampo</i>	p. 27
2.2.4. <i>Le fasi di lavorazione</i>	p. 27
2.2.5. <i>Breve storia della tecnica di soffiatura</i>	p. 29
2.3. Accenni di Storia e il Vetro Veneziano	p. 30
2.4. Ciclo produttivo in vetreria: luoghi, uomini, attrezzi e fasi della lavorazione	p. 32

CAPITOLO 3 - Altare, il piccolo borgo ligure del vetro soffiato p. 36

3.1. Le peculiarità di Altare	p. 37
3.2. La Storia di Altare e il suo vetro: le origini	p. 37
3.3. I blasoni delle famiglie vetrarie altaresi	p. 38
3.4. Le prime migrazioni	p. 39
3.4.1. <i>Francia</i>	p. 40
3.4.2. <i>Vetrai altaresi famosi in Francia</i>	p. 40
3.4.3. <i>Paesi Bassi (Fiandre, Liegi, Anversa, Chimay, Mons)</i>	p. 41
3.4.4. <i>Inghilterra</i>	p. 41
3.5. La Façon d'Altare	p. 42
3.6. La produzione di Altare	p. 42
3.7. La famiglia Bormioli	p. 43
3.8. XIX Secolo:Il processo di industrializzazione	p. 46
3.9. Nascita della S.A.V. (Società Artistico-Vetraria Anonima Cooperativa)	p. 47
3.9.1. <i>L'organizzazione di lavoro e la produzione in S.A.V. dalla sua nascita (1856) al fallimento (1978)</i>	p. 48

3.9.2. <i>Le migrazioni in altri Continenti</i>	p. 50
3.10. I.S.V.A.V. e il Museo dell'Arte Vetraria Altarese	p. 51
3.11. Villa Rosa sede del Museo	p. 52
3.12. Le proposte di "Glass Tourism" per Altare: una nuova OFFERTA	p. 54
CAPITOLO 4 - Empoli e il Vetro Verde	p. 56
4.1. Dall'invenzione del vetro a quella del fiasco	p. 56
4.1.1. <i>Il Fiasco Toscano</i>	p. 58
4.2. Storia del vetro di Empoli: gli inizi	p. 59
4.3. Il vetro di Empoli: particolarità, originalità e lavorazione	p. 60
4.4. I vetrai di Empoli	p. 61
4.5. La Bufferia Toscana	p. 62
4.5.1. <i>Il Fiasco</i>	p. 62
4.5.2. <i>Gli oggetti di bufferia per la tavola</i>	p. 63
4.5.3. <i>La damigiana</i>	p. 64
4.5.4. <i>Vetro per confezionamento chimico</i>	p. 64
4.5.5. <i>Contenitori per uso sanitario e ospedaliero</i>	p. 64
4.5.6. <i>Dischi di vetro – lastre per finestre</i>	p. 64
4.6. Storia del vetro di Empoli nel XX secolo	p. 66
4.6.1. <i>Dagli anni '30 agli anni '50: nascita dell'industria del vetro e del vetro artistico</i>	p. 66
4.6.2. <i>La Vetreria Taddei e il vetro artistico</i>	p. 67
4.6.3. <i>Anni '50: dalla lavorazione artigianale alla lavorazione meccanica</i>	p. 68
4.6.4. <i>Anni '60: una nuova crescita</i>	p. 69
4.6.5. <i>Fine anni '60 e anni '70: la crisi del vetro verde</i>	p. 69
4.6.6. <i>Anni '80: la "nuova" rinascita</i>	p. 70
4.7. Il Museo del vetro di Empoli	p. 71
4.7.1. <i>Il Magazzino del Sale</i>	p. 71
4.7.2. <i>Nascita del M.U.V.E. – Museo del Vetro Empolese</i>	p. 72
4.7.3. <i>Un nuovo allestimento per vivere "l'esperienza" prima dell'esposizione</i>	p. 72
4.8. Le proposte di "Glass Tourism" per Empoli: una nuova OFFERTA	p. 75

CAPITOLO 5 - Piegaro, l'antico borgo umbro del vetro	p. 77
5.1. Cenni storici	p. 78
5.2. I colori piegaresi, tecniche di fusione e forni	p. 80
5.3. Il Museo del Vetro	p. 81
5.3.1. <i>Il Museo del Vetro: la collezione</i>	p. 81
5.4. Museo – Laboratorio Moretti di Perugia	p. 84
5.4.1. <i>Francesco Moretti e Lodovico Caselli</i>	p. 84
5.4.2. <i>Rosa e Cecilia Caselli e la pittura a fuoco su vetro</i>	p. 86
5.4.3. <i>Le nuove generazioni e lo Studio, laboratorio e Museo Moretti - Caselli</i>	p. 87
5.4.4. <i>La Tecnica</i>	p. 88
5.5. Le proposte di “Glass Tourism” per Piegaro e Perugia: una nuova OFFERTA	p. 89
CAPITOLO 6 – Murano e le murrine veneziane	p. 91
6.1. Le canne di vetro e le nuove tecniche	p. 93
6.2. Domenico Bussolin, Giovanni Battista Franchini e il figlio Giacomo	p. 95
6.3. Vincenzo Moretti e la nascita delle murrine	p. 96
6.4. Giuseppe e Giovanni Barovier	p. 98
6.5. Le perle veneziane	p. 98
6.5.1. <i>Le perle conterie</i>	p. 99
6.5.2. <i>La perla rosetta</i>	p. 100
6.6. Storia di perleri e di perlere	p. 100
6.7. Le impiraresse	p. 101
6.8. Le proposte di “Glass Tourism” per Murano: una nuova OFFERTA	p. 102
CAPITOLO 7 – CONCLUSIONI	p. 104
BIBLIOGRAFIA	p. 106
SITOGRAFIA	p. 107

Introduzione

Questo elaborato nasce da un progetto professionale e da una conferenza tenutasi all'Istituto di Cultura Italiano di Chicago nel novembre 2018. L'argomento trattato era la riscoperta di Murano, "Glass Destination" per eccellenza, e degli altri luoghi italiani che hanno sviluppato, sin dal medioevo, le tecniche di lavorazione del vetro.

Altare in Liguria, Empoli in Toscana e Piegara in Umbria testimoniano ancora oggi la cultura e la tradizione dell'arte vetraria, ma risultano pressoché sconosciuti in quanto fuori dai circuiti turistici abituali e contestualizzati in regioni italiane dalla già forte connotazione turistica.

La tesi ripercorre il percorso di progettazione che ha portato ad esplorare la possibilità di promuovere una "nuova offerta" in ambito internazionale, mirata a definire e consolidare uno spazio di mercato verosimilmente di nicchia, già "in nuce", di studiosi, esperti, artisti collezionisti, concentrando una "domanda" internazionale dispersa, in un target specifico e creare una rete di senso dei luoghi del vetro italiani.

Un nuovo percorso virtuale alla scoperta dei luoghi del vetro italiani e dei relativi territori, per riuscire a catturare anche il "turista culturale casuale" attratto dalla scoperta esperienziale scoperta del territorio, per conoscerne la storia, le tradizioni e l'artigianato, l'identità e l'unicità tipiche della offerta turistica culturale italiana.

Il progetto e la tesi si sono sviluppati privilegiando un'approfondita ricerca sui "contenuti", del prodotto e del segmento di nicchia, indispensabili per costruire una proposta concreta e credibile. In tal senso la riflessione teorica è meno presente a vantaggio di un lavoro che si è sviluppato in modo quasi naturale in una "ricerca sul campo", con visite e interviste mirate alle personalità cittadine. Quello che ne è emerso è la volontà dei vari *stakeholder* dei territori di restituire una nuova identità a questi luoghi dimenticati o trascurati dalla promozione regionale, raccontandone un pezzo di storia.

Glass Tourism, potrebbe essere una nicchia del turismo culturale?

Probabilmente sì! Ma l'obiettivo del progetto non è diventare l'ennesima sottocategoria di un segmento che in Italia, con le sue innumerevoli bellezze artistiche, storiche, archeologiche, conta già numeri infiniti di destinazioni e offerte turistico-culturali.

Glass Tourism infatti vuole essere qualcosa di diverso.

L'obiettivo principale oltre a quello di far conoscere, almeno parzialmente, la storia del vetro in Italia è di far scoprire destinazioni sconosciute ai più (come per esempio Altare e Piegaro) e presentare sotto una luce diversa, destinazioni che già rientrano in parte in territori già ampiamente considerati mete di turismo culturale.

Glass Tourism vuole connotarsi come innovativa offerta di turismo esperienziale per le "nuove" destinazioni di Altare, Empoli e Piegaro, e come proposta per un *rebranding* di Murano.

CAPITOLO 1. Il turismo culturale, il turismo esperienziale e Glass Tourism

1.1. L'offerta di turismo culturale in Italia

La ricchezza dell'offerta turistica italiana è talmente abbondante che disorienta non solo il viaggiatore ma anche gli operatori turistici, sempre in bilico tra il proporre gli itinerari classici e storicamente pre-confezionati verso le città d'arte (che garantiscono un facile ed immediato ritorno) ed il proporre invece dei nuovi itinerari che rappresentano un rischio (non solo di investimento economico) che spesso molti professionisti del turismo non si sentono di correre.

Il patrimonio culturale, storico e artistico delle città d'arte ma anche degli antichi piccoli borghi, dei piccoli villaggi e centri urbani sparsi in tutto il territorio nazionale non basta da solo ad attrarre la **domanda** turistico-culturale. Prima di tutto, però, sono da mettere in evidenza due problematiche spesso presenti sul territorio italiano:

1. Il difficile superamento dello scetticismo da parte della cultura verso il turismo, tema sul quale occorre riconoscere che molto si è lavorato negli ultimi anni. Il dialogo tra “cultura” e “turismo” ancor oggi in alcune regioni d'Italia risulta difficile, e, anche se in apparenza esistono rapporti di complementarietà tra produzione culturale e produzione turistica, permangono dei limiti nella comunicazione e nella produzione integrata. Questa criticità fa sì che i pochi impatti positivi vi siano solo sull'immagine delle istituzioni locali, con ricadute a breve termine e comunque di scarso impatto, o di qualche grande tour operator internazionale che fagocita i piccoli operatori locali.

2. La sovrabbondanza di patrimonio artistico-storico-culturale, ha spesso fatto sì che territori cosiddetti minori o di non facile accessibilità, non siano stati valorizzati e “comunicati” come meritavano. In questo caso, la mancanza di dialogo tra molte amministrazioni locali e gli operatori del settore non facilita la programmazione di attività e impedisce la messa in campo di strategie volte alla valorizzazione del territorio che potrebbero invece favorire ricadute sociali, occupazionali ed economiche ad ampio spettro.

Non basta quindi il solo patrimonio culturale per attrarre la domanda, ma è necessario prima di tutto trasformare queste specificità in attrattive da valorizzare anche mediante la creazione di nuovi pacchetti e itinerari tematici che includano, oltre alla scoperta dei luoghi, la loro storia e

le tradizioni, l'artigianato locale e, molto in auge negli ultimi anni (forse anche inflazionata) l'enogastronomia locale.

L'offerta turistico-culturale deve quindi tener conto che, oltre all'arricchimento della "conoscenza" personale, occorre soddisfare anche bisogni simbolici ed emozionali del turista: la scoperta di autenticità, il toccare con mano il vissuto di una comunità, il vivere l'esperienza e diventare protagonista del vissuto. Tutti elementi che "Glass Tourism" può soddisfare.

1.2. Domanda: chi è il turista culturale

Il turista culturale ha come obiettivi elevare il proprio livello culturale e scoprire luoghi, usi, costumi e tradizioni di altre popolazioni e di altre culture.

Per quanto riguarda l'Italia, potremmo aggiungere altri obiettivi di scoperta: un patrimonio artistico e naturalistico unico (ben 55 siti Unesco), la varietà dei paesaggi (mare, collina, monti, laghi), oltre al clima temperato che molti stranieri ci invidiano.

Il turista "culturale" è mediamente un individuo con un alto grado d'istruzione e con un reddito elevato e una capacità di spesa medio-alta. È interessato ad eventi culturali legati al territorio, a conoscere e visitare siti storici e musei, ad approfondire l'offerta turistica e l'architettura delle città d'arte e dei borghi storici italiani (nuovo trend degli ultimi tempi).

Preferisce viaggiare in bassa stagione per evitare i caldi e affollati mesi estivi. È interessato alla cultura e alle tradizioni locali a 360 gradi, compreso lo shopping di prodotti di artigianato e prodotti enogastronomia locali.

*Lo confermano i dati pubblicati da Assoturismo Confesercenti (Ricerca CST, Centro Studi Turistici) nell'aprile 2019 e relativi al 2018: sono le città d'arte e le destinazioni di interesse storico e architettonico ad essere **trainanti** nella proposta italiana di turismo culturale registrando un aumento sia negli **arrivi** (più di 600mila unità in più rispetto al 2017, raggiungendo la cifra di **44,4 milioni**), sia nelle **presenze** che nel 2018 hanno toccato i **113,4 milioni** (+3,4 milioni rispetto all'anno precedente), oltre un quarto (il 26,3%) delle presenze turistiche complessive (430 milioni nel 2018).*

*Le **prime dieci città d'arte italiane** sono: Roma, Milano, Firenze, Venezia, Torino, Napoli, Bologna, Verona, Genova e Pisa; nel loro complesso **totalizzano oltre 84 milioni** di presenze su **113,4 milioni**.*

Da questi dati risulta già chiaro che per le “destinazioni del vetro” prescelte per il progetto “Glass Tourism” come Empoli e Murano sia difficile emergere confrontandosi con la concorrenza interna di Firenze (Empoli dista solo 30 km) e di Venezia (che relega Murano al ruolo secondario di attrazione turistica insieme alle altre isole). Per quanto riguarda Altare e Piegaro invece, pur essendo anch’esse in regioni di grande connotazione turistica, con segmenti turistici predominanti (in Liguria il turismo balneare in primis ed in Umbria il turismo naturalistico, religioso e culturale in altre più note destinazioni), possono contare sul non più nuovo e spesso inflazionato “turismo esperienziale” che affianca alla visita delle città d’arte anche l’esperienza culturale negli antichi borghi italiani.

Il 2018 è stato infatti, anche l'anno dei piccoli borghi: gli oltre 5.500 borghi italiani hanno registrato nel 2018 22,8 milioni di arrivi e 95,3 milioni di presenze, per una spesa turistica complessiva stimata in circa 8,8 miliardi di euro, di cui il 57,3% imputabile a turisti stranieri. Come per le città d'arte, sono i visitatori che vengono dall'estero a dare il maggior contributo alla crescita: le presenze turistiche di stranieri nei borghi sono salite del 31,5% tra il 2010 ed il 2018, contro un calo del -5,4% per i turisti italiani.

E sono proprio gli stranieri, statunitensi in cima alla lista, seguiti dai paesi dell’Est Europa, dalla Turchia, dalla Francia e dalla Germania, i primi interessati alla storia del vetro in Italia.

1.3. Il “Design” del prodotto Glass Tourism

Ma cos’è Glass Tourism? Prima di tutto è una sfida. L’idea di creare un nuovo segmento di mercato turistico con la domanda esigua esistente può apparire pretenziosa e poco commerciale per chi di mestiere è un tour operator. Ma l’entusiasmo di poter creare qualcosa di nuovo, la possibilità di mettere “in rete” Altare, Empoli, Piegaro che, oltre al “vetro” possono essere destinazioni turistiche a tutti gli effetti anche solo per piccoli soggiorni o viaggi itinerari alla scoperta dei “luoghi del vetro”, e la ferma convinzione del valore del nuovo prodotto turistico sulla base dei diversi sopralluoghi e *trial* da me svolti, mi hanno spinto a mettere le basi e portare avanti con entusiasmo questo progetto.

Indubbiamente non poteva mancare in questa nuova offerta Murano, destinazione del vetro per eccellenza. Murano non può non essere inserita in un progetto che parli di vetro ma le basi di partenza sono assolutamente diverse. Non solo perché Murano è compresa in una destinazione come Venezia che la fagocita, ma anche per il fatto che negli ultimi anni a

Venezia e a Murano stessa vengono venduti manufatti di dubbia qualità e provenienza, con il risultato di far perdere di credibilità e di mettere in dubbio anche la produzione autentica. Per Murano quindi non si può parlare di lancio di una destinazione del vetro ma di *rebranding*.

Per il progetto “Glass Tourism”, Murano sarà inserita almeno nella fase iniziale con un manufatto tutto muranese: la murrina e la riscoperta del vetro mosaico che, alla fine dell’ 800 contribuì alla rinascita dell’arte vetraria locale anche con la prestigiosa partecipazione di Vincenzo Moretti all’Esposizione Universale di Parigi del 1878.

Il progetto “Glass Tourism” si fonda su ricerca, studio e sulle interviste sul campo.

Con l'obiettivo di sviluppare un prodotto innovativo e non presente sul mercato attuale, le ricerche si sono inizialmente indirizzate a conoscere questi luoghi e capirne il potenziale. Era veramente così interessante conoscere la loro storia attraverso l’arte vetraria? Dal punto di vista turistico avrebbero potuto rappresentare destinazioni interessanti per un potenziale nuovo mercato? Per rispondere a queste due domande era indispensabile “toccare con mano” (pratica che ho sempre adottato per la costruzione di qualsiasi prodotto, itinerario, viaggio turistico).

Prima di tutto però, non avendo specifiche competenze in tema di produzione del vetro, ho avviato uno studio approfondito della storia della lavorazione di questo materiale e delle caratteristiche peculiari di ciascuna di queste destinazioni.

Questo studio è poi evoluto in forma quasi naturale in una “ricerca sul campo”, con visite e interviste mirate alle personalità cittadine. Quello che ne è emerso è la volontà dei vari *stakeholder* dei territori di restituire una nuova identità a questi luoghi dimenticati o trascurati dalla promozione regionale, raccontandone un pezzo di storia.

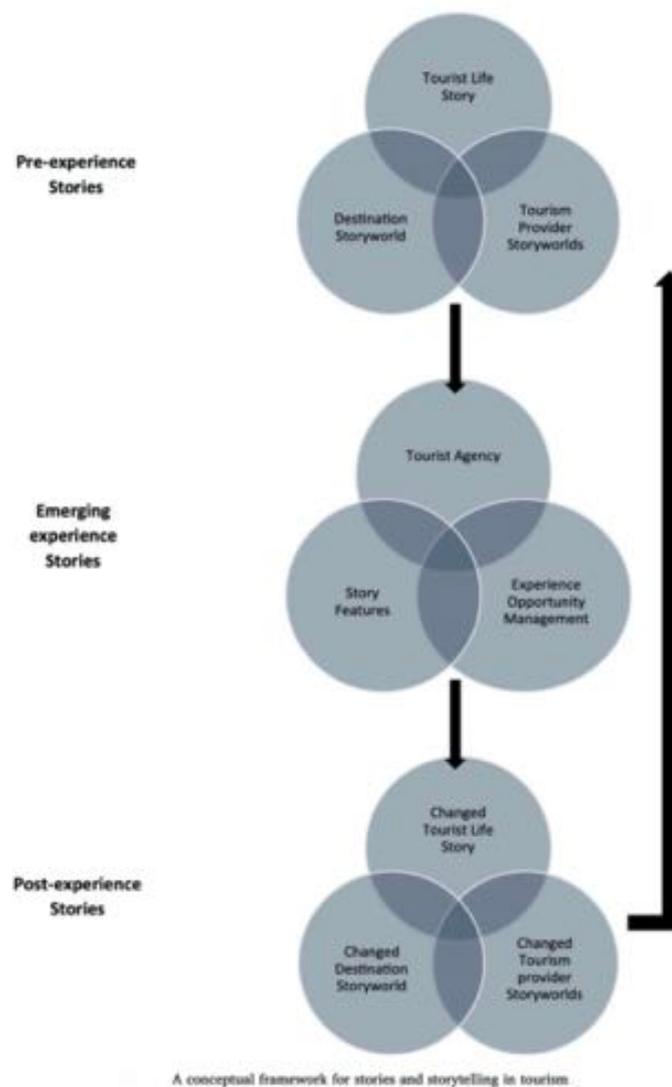
Dopo aver soppesato diverse opzioni dal punto di vista della possibile efficacia commerciale, ho ritenuto di dare un taglio meno tecnico alla proposta ideata, puntando invece in modo forte e deciso sulle emozioni. Storie narrate, arte, sensazioni, curiosità, aneddoti...Questi sono gli ingredienti giusti per mettere a sistema un'offerta turistica unica.

Il lavoro di studio e di ricerca è stato analizzato e ricomposto grazie al contributo provenienti da vari ambiti disciplinari.

Il mio è stato un "percorso al contrario": con alle spalle un'esperienza pluridecennale anche all'estero come *direttore commerciale*, *event organizer* e *tour operator*, ho deciso di confrontarmi con lo studio di un argomento a me noto dal punto di vista operativo. Questa

nuova prospettiva di lettura mi ha accompagnato in questi anni di studio e nel lavoro appassionatamente svolto per il progetto “Glass Tourism”.

Le riviste scientifiche analizzate hanno contribuito a confermare in modo oggettivo l'importanza del turismo esperienziale nel mercato attuale e quanto sia importante preparare e testare l'esperienza in modo da conoscerne perfettamente le dinamiche, e di raccogliere e analizzare attentamente i feedback a fine esperienza per migliorare contenuti e strategia.



A conceptual frameworks for stories and storytelling in tourism¹

¹ Moscardo G. (2020), “Stories and design in tourism”, *Annals of Tourism Research*.

Lo *storytelling*² di una destinazione permette di mettere in scena esperienze che con la narrazione via video, podcast o testimonial diventa straordinaria. Con “Glass Tourism” non c’è bisogno di creare storie, perché le risorse a disposizione sono infinite e la percezione dell’autenticità è immediata grazie alla storia secolare e alle innumerevoli testimonianze tangibili che si possono ammirare nei musei del vetro.

1.4. Chi potrebbe essere il turista di Glass Tourism: target attuale e nuovo target

Per variare l’attuale domanda del viaggiatore culturale e trasformarlo in turista “Glass Tourism” è necessario partire dall’attuale esigua domanda di studiosi, ricercatori, studenti che si recano in Italia per studio e decidono di estendere la permanenza e trasformarla in una vacanza *leisure*.

Quindi, partendo dal fatto che l’attuale domanda viene da “**turisti**” **fortemente motivati** e che visitare biblioteche specializzate, musei dedicati e centri di produzione vetraria è lo scopo prioritario del viaggio, è necessario, tracciando la mappa dei luoghi del vetro italiani, evidenziare le particolarità, le unicità di questi luoghi dal punto di vista strettamente funzionale aggiungendo allo *storytelling* della storia del vetro anche un’accurata e ricca narrazione che descriva questi luoghi unici e diversi e che stimoli già prima della partenza motivazioni più ampie e coinvolgenti, per far vivere il fascino di questi luoghi oltre alla iniziale motivazione di viaggio culturale.

Sarà sempre lo *storytelling* a catturare nuovi target di turista. Come il “**parzialmente motivato**” o **occasionale**, cioè colui che “scopre” l’attrattiva culturale perché visita quel determinato luogo per altri scopi o il turista **casuale** che accidentalmente si trova a visitare una determinata località.

Per formulare il giusto *bundling* esperienziale “Glass Tourism” e soddisfare sia il target esistente sia intercettare quello o quelli nuovi, si rende necessario in primo luogo conoscere i luoghi, l’accessibilità, le attrattive, i loro punti di forza e di debolezza e le potenzialità al fine di poter attuare le giuste strategie di marketing.

² Lo *storytelling* si sviluppa a partire dall’assunzione di due principi fondamentali: l’organizzazione delle esperienze umane che avviene grazie ai racconti e alla narrazione. È un processo che dota le persone di una sensibilità culturale che li mette in grado di attivare processi riflessivi e formativi. Il testo scritto si caratterizza soprattutto per due elementi: temporalità degli eventi e causalità della concatenazione dei fatti. Il nocciolo dello *storytelling* sta nella correlazione che si instaura nella rappresentazione narrativa della realtà tra i processi di interpretazione, quelli di proiezione e quelli di riflessione. (wikipedia)

1.5. Il Turismo Esperienziale e Glass Tourism

Da qualche anno si parla di turismo esperienziale con uso e abuso del termine “esperienza” solo perché anche per viaggi e itinerari che di esperienziale, in realtà, hanno ben poco.

L’esperienza turistica è legata alla scoperta, alla ricerca anche interiore di un luogo, di un’attrattiva, di un evento che deve risultare **unico** e **coinvolgente**.

1.5.1. *Il Content*

Per l’offerta “Glass Tourism” Altare e Piegara, mete turistiche nuove e completamente da “progettare”, i contenuti non mancano. Lo *storytelling* sulle loro origini e sulla loro connessione con la storia del vetro ha sicuramente il giusto *appeal* in grado di incuriosire anche il turista occasionale o casuale. Grande ruolo gioca anche il paesaggio naturalistico che le circonda e le connessioni che si instaurano per possibili esperienze parallele come il cicloturismo (ad Altare), le passeggiate e l’enogastronomia (in entrambi).

Per Empoli invece, ricca di arte e storia, lo *storytelling* sulla storia del vetro empolesse gioca un ruolo fondamentale. La storia del vetro di Empoli è relativamente recente (anche se ha origine molto antiche), ma l’implicazione socio-economica passata e presente è palpabile non appena si visita il Museo del Vetro ai Magazzini del Sale. Immediatamente ci si trova catapultati nel “vissuto” con un’immersione multisensoriale di suoni (tipici della vetreria) e immagini (video e proiezioni in *loop*).

Nell’offerta “Glass Tourism” il lancio del progetto per Murano riguarderà invece una produzione tutta veneziana, la “murrina”: un capolavoro in miniatura di seconda lavorazione del vetro.

1.5.2. “La Forma Espressiva” - Il Bundling Esperienziale

Per poter vivere appieno l’esperienza è sempre consigliata l’automobile per maggiore autonomia di movimento (tranne il caso di Murano che, essendo un’isola della laguna veneta, vede le auto sostituite da mezzi di trasporto pubblici o privati locali). Per gli spostamenti interni sono invece suggeriti i percorsi a piedi che facilitano la scoperta di angoli nascosti e il contatto diretto con la comunità. Nei borghi di Altare e Piegara, per vivere il fascino del luogo, vengono consigliati locande o strutture tipiche, mentre per Empoli e Murano o Venezia si può scegliere tra varie categorie alberghiere, B&B o appartamenti.

L'esperienza "Glass" potrà essere vissuta con visite ai musei dedicati e alle fornaci, con la partecipazione a dimostrazioni di maestri vetrai, con workshop di decorazioni del vetro, di apprendimento della lavorazione a lume, con eventi e festival dedicati.

All'esperienza "Glass", che porterà a vivere il circuito dei luoghi del vetro, si potranno abbinare varie altre attività che spaziano da quelle storico-culturali-artistiche a quelle naturalistiche o enogastronomiche.

Riassumendo, il pacchetto turistico "Glass Tourism" potrà essere composto come segue:

- Soggiorno + Esperienza Glass + altra esperienza o tour o visita guidata o "self organized" a seconda dei gusti del turista, in ciascuna località;

oppure

- Viaggio itinerante tra i luoghi del vetro, con soggiorno + Esperienza Glass + altra o più esperienze locali.

1.6. I luoghi di Glass Tourism

Prima di procedere con l'analisi del cuore del prodotto "Glass Tourism", e quindi il vetro con le sue implicazioni storiche, culturali, sociali, si è reso necessario conoscere questi luoghi per capirne i punti di forza, di debolezza, le potenzialità, le possibili intersezioni con offerte di altri segmenti già esistenti, al fine di costruire un'offerta creativa e variegata al punto giusto per risultare originale e competitiva.

1.6.1. Altare

Piccolo borgo in provincia di Savona nell'entroterra ligure della Val Bormida con poco più di 2.000 abitanti, difficilmente raggiungibile con i mezzi pubblici (anche dalla stazione Centrale di Milano non esistono treni diretti).

Punto di forza è senza dubbio il **Museo dell'Arte Vetraria Altarese** con la ricchissima biblioteca consultata da studiosi e ricercatori da tutto il mondo, **Villa Rosa**, straordinario edificio Liberty costruito nel 1905 dove oggi ha sede il Museo e il **borgo** stesso con la sua storia millenaria.

Punti di debolezza:

- La scarsa raggiungibilità con qualsiasi mezzo pubblico; di conseguenza, per raggiungere Altare da qualsiasi aeroporto³ è necessario il noleggio di un'auto.
- La mancanza di strutture ricettive di livello. Solo due 2 accoglienti Hotel, uno solo con ristorante; affittacamere e qualche ristorante e bar.
- La scarsa promozione da parte della Regione Liguria del “Consorzio Ligure del Vetro Artistico” (che, oltre ad Altare, include la produzione di Imperia, Pieve di Teco (IM), Sanremo (IM), Loano (SV), Finale Ligure (SV), Alassio (SV), Genova-Sampierdarena).
- La concentrazione di promozione della Regione Liguria sul turismo balneare e sulle destinazioni della costa. Anche se negli ultimi tempi si stanno consolidando per l'entroterra gli itinerari naturalistici e il cicloturismo.

1.6.2. Empoli

Nota sin dall'VIII secolo come castello, è oggi una fiorente città Toscana nel cuore della Valdelsa con oltre 48.500 abitanti. Dal punto di vista storico-culturale Empoli è una città di grandissimo interesse con il suo centro storico raccolto attorno a **Piazza Farinata degli Uberti**, su cui si affacciano il **Palazzo Ghibellino**, sede del **Museo Civico di Paleontologia** e dell'**Archivio Storico Comunale**, il **Palazzo Pretorio** e la bellissima **Collegiata di Sant'Andrea**.

Non lontano, il **Magazzino del Sale** che oggi è la sede del **Museo del Vetro di Empoli**.

Punto di forza: è a pieno titolo una città d'arte, ma soffre la forte concorrenza di Firenze raggiungibile in meno di mezz'ora.

- Agevolmente raggiungibile con i mezzi pubblici e localizzata in un'area favorevole e allo stesso tempo sfavorevole di città d'arte come Pisa e Siena. L'aeroporto Internazionale (solo all'interno dell'Europa) “Amerigo Vespucci” di Firenze (a soli 24 Km) è collegato con la stazione ferroviaria centrale fiorentina di Santa Maria Novella. Gli aeroporti internazionali (voli intercontinentali) distano rispettivamente: Milano-Malpensa 370 Km, Linate a 320 Km, Roma-Fiumicino 335 Km.

³ Milano-Malpensa a 240 km; Milano-Linate a 210 Km; Torino-Caselle a 130 Km; l'Aeroporto di Genova, Cristoforo Colombo dista 62 Km e l'aeroporto di Nizza, Côte d'Azur dista 174 Km.

- Empoli dispone di una buona rete di accoglienza con Hotel, B&B e appartamenti che possono soddisfare tutte le fasce di spesa.
- La promozione della Regione Toscana è tra le più strutturate e in grado di proporre itinerari e soggiorni che possono soddisfare qualsiasi interesse turistico, anche se l'arte, la storia e la cultura predominano sulle altre offerte.
- La Regione Toscana inoltre è una delle poche Regioni (insieme al Veneto tra quelle trattate) ad essere sempre presente alle maggiori fiere internazionali, anche intercontinentali.
- Tutto il materiale informativo distribuito agli uffici per il turismo del territorio, alle fiere, workshop, eventi del settore, viene tradotto in più lingue straniere (anche russo e giapponese).

Punti di debolezza:

- La vicinanza a Firenze soprattutto, ma anche a Siena, Pisa - tutte e tre patrimonio dell'UNESCO.
- La sovrabbondanza di offerte parcellizzate per tutti i segmenti di mercato turistico e territori. Soprattutto per le macro-categorie di arte-storia-cultura (in Toscana ci sono ben sette siti Unesco) ed enogastronomia.
- La Regione Toscana, come poche altre regioni italiane, ha la fortuna/sfortuna di essere conosciuta all'estero come regione (come Sicilia, Sardegna, Puglia per esempio) e non con una o più città simbolo o piccole aree⁴: questo crea una sovrapproduzione di materiale digitale e cartaceo non sinergico e dispersivo.
- Sempre in riferimento alla promozione e comunicazione, l'area di Empoli presa in esame si propone, secondo la consuetudine italiana, di individuare nomi che hanno solo un senso per gli abitanti e non per un turista (soprattutto straniero), come per esempio:
 - Il **Museo Diffuso⁵ Empolese Valdelsa⁶** con ben due siti internet www.museiempolesevaldelsa.it (in italiano e inglese) e www.toscananelcuore.it in italiano, inglese, tedesco.

⁴ Per rimanere nelle 4 regioni trattate, ad esempio per la Liguria, internazionalmente, si conoscono le cinque terre, Portofino e altre cittadine costiere. Per l'Umbria, tutto il mondo conosce Assisi e Spoleto. Mentre per il Veneto, Venezia, Verona e le Dolomiti

⁵ **Museo diffuso.** Termine coniato nel 1971 da due museologi francesi. Georges Henri Rivi ere e Hugues de Varine. I cui tre nuovi parametri sono: il territorio sostituisce l'immobile; il patrimonio sostituisce la collezione e il concetto di comunit  sostituisce il pubblico.

⁶ Il **“Museo Diffuso Empolese e Valdelsa”** oppure MuDED   un bellissimo progetto di rete culturale che coinvolge 11 Comuni dell'Unione dei Comuni Circondario dell'Empolese Valdelsa con oltre 1700.000 residenti. Un area di 735 Kmq nel cuore della Toscana con oltre 1 milioni di pernottamenti e 300.000 ingressi annui nei 21 musei proposti del territorio in oggetto. Il costo del biglietto unico che si chiama “La Credenziale del Ppellegrino dell'arte /The Art Pilgrim Passport” Il costo   di Euro 15,00 per persona (Euro 35,00 per famiglie composte da 2 Adulti e 3 minori) ed   valido 1 anno.

Il “Museo Diffuso Empolese e Valdelsa” oppure MuDED è un bellissimo progetto di rete culturale che consente di accedere a diversi punti d’interesse con il biglietto unico “La Credenziale del Pellegrino dell’arte /The Art Pilgrim Passport”, caratterizzato quindi da un nome completamente diverso rispetto al sito e al logo prescelto.

Entrambi i siti internet contengono dei contenuti molto interessanti e leggibili ma spesso sono degli inutili doppioni che risultano informativi, ma non strategici.

- **Le Terre del Rinascimento.** Non esiste un sito internet ma solo una documentazione cartacea in italiano/inglese/tedesco/francese dei Comuni di: Capraia e Limite, Cerreto Guidi (Villa Medicea fa parte delle 12 Ville e 2 Giardini riconosciuti Patrimonio dell’Unesco), Empoli (Museo della Colleggiata di Sant’Andrea e il MUVE – Museo del Vetro) Fucecchio, Montelupo Fiorentino (importante il Museo della Ceramica), Vinci (Casa e Museo di Leonardo).

In pratica si copre gran parte della rete museale del “Museo Diffuso Empolese e Valdelsa”, ma senza alcun riferimento al biglietto unico per visitare i 21 Musei dell’area empolesse e della Valdelsa, con un unico contatto di riferimento che è l’Ufficio Intercomunale di Cerreto, Empoli, Montelupo e Vinci di Vinci.

Anche in questo caso abbiamo un altro logo, altre brochure e fact-sheet che presentano visite e *tasting* in cantine e in aziende agricole del territorio.

1.6.3. Piegaro

Piccolo paese prettamente medievale in provincia di Perugia, non distante dalla cittadina di Chiusi e dalle Terme di Chianciano in Toscana. La stazione ferroviaria più vicina è proprio quella denominata Chiusi-Chianciano.

Fondata dai Romani nel 290 a.C. venne poi distrutta e ricostruita nel XII secolo. Oggi si presenta come una cittadina fortificata a pianta ellissoidale tra il corso del fiume Nestore (affluente del fiume Tevere) il monte Montarale. Attualmente conta una popolazione di poco più di 3.500 abitanti.

Punto di forza sono senza dubbio il **Museo del Vetro di Piegaro** e l’edificio che lo ospita che era una vera e propria vetreria fino al 1968.

- Raggiungibile con il treno a Chiusi-Chianciano (15 Km circa) o a Perugia (32 Km circa), quindi con taxi o auto a noleggio per coprire gli ultimi 18 km.
- L'aeroporto Internazionale di Perugia (per tratte europee) "San Francesco d'Assisi" dista 45 km circa, mentre l'aeroporto internazionale di Roma-Fiumicino dista 210 Km.
- Piegaro dispone di buone strutture alberghiere in centro storico e di una rete di B&B e appartamenti nei dintorni.
- La vicinanza a Perugia (30 Km circa), a borghi e città toscane più conosciute, a borghi, paesi e città umbre più conosciute come Assisi, Spoleto, Città della Pieve, Città di Castello, alle Terme di Chianciano e al Lago Trasimeno.
- La produzione di olio, vino e zafferano di indiscussa qualità.
- La presenza nei dintorni di tutte quelle forme di offerta integrata di arte, cultura, natura, gastronomia utili per intercettare il turista "casuale" e "occasionale".

Punti di debolezza:

- La difficile raggiungibilità per chi non viaggia con auto propria o con auto a noleggio.
- La scarsa promozione da parte della Regione Umbria. Raramente partecipa a fiere internazionali. Le iniziative di promozione sono perlopiù locali e/o private.

1.6.4. Murano

L'analisi, per quando riguarda Murano, parte dal presupposto che rappresenta già una destinazione famosa per l'ultramillenaria lavorazione del vetro e quindi esprime con forza l'elemento irrinunciabile per sviluppare il prodotto "Glass Tourism". Per **Altare, Empoli e Piegaro** che sono, per così dire, delle destinazioni nuove, è necessario attuare delle strategie mirate al lancio della destinazione sul mercato ex-novo. Per Murano, invece, le azioni strategiche da attuarsi nella formulazione dell'offerta devono essere considerate in relazione al riposizionamento e al *re-branding* necessario.

Murano prima di tutto deve "svincolarsi", per quanto possibile, dalla pressione ingombrante di Venezia e rivalutare la propria immagine di centro millenario di produzione del vetro.

Negli ultimi anni stanno nascendo molte strutture ricettive di pregio in edifici industriali storici, in alcuni casi recuperando fornaci chiuse a seguito della riduzione della produzione che

si è avuta a partire dagli anni '70. Questo favorisce la possibilità di soggiornare direttamente nell'isola di Murano sdoganandosi da Venezia dove la maggior parte dei turisti pernottava, mentre Murano era relegata al ruolo di meta giornaliera in combinazione con l'escursione a Burano e Torcello.

Murano è facilmente raggiungibile da Venezia e da Piazza San Marco, considerata il cuore del centro storico. I collegamenti con Venezia e le altre isole sono sempre garantiti e frequenti, anche perché Murano è l'isola più popolata della Laguna Nord di Venezia.

A partire dalla metà degli anni '70, per fronteggiare le diverse e già citate crisi economiche che hanno colpito questo delicatissimo comparto, sono state istituite nuove sinergie legate alla difesa e al rilancio del settore vetrario. Si citano in particolare la creazione nel 1975 del "Consorzio Venezia Vetro" in cui molti produttori di Murano si sono raggruppati; nel 1985 la nascita del "Consorzio Promovetro", formato da un gruppo di artigiani muranesi; nel 1994 la nascita del marchio "Vetro Artistico® Murano" con l'obiettivo di tutelare uno dei più importanti simboli del "Made in Italy" e distinguere e certificare la produzione muranese dai prodotti che vengono commercializzati come vetro di Murano che risultano invece prodotti in Oriente o in altri paesi dell'Est Europa.

1.7. Marketing Esperienziale e Glass Tourism

In aiuto e a conferma di quanto precedentemente illustrato, oltre alle letture scientifiche che trattano il *Place Storytelling*, il *Destination Planning*, il *Destination development*, il *Tourist Experiences* e l'*Experiences design*, temi centrali del progetto di sviluppo di Glass Tourism, sono stati inoltre analizzati alcuni siti internet di particolare interesse.

Nello specifico ho selezionato i seguenti contenuti, in quanto propongono un approccio prescrittivo e pratico immediatamente applicabile ai casi reali.

Il primo articolo consultato è di "WordStream" Google del 2017, ma aggiornato nel giugno 2020, <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/19/travel-marketing-tips>.

Questo suggerisce un decalogo di *Powerful Tip* per migliorare il marketing dell'operatore turistico e fornire indicazioni utili per il lavoro del *travel designer* che si appresta a sviluppare un nuovo pacchetto tematico. Dieci regole fondamentali che vengono prese in esame anche in riferimento al lancio di "Glass Tourism" nel mercato.

1.7.1. Consult Travel Search Stats

Nel caso in esame, un'attenta analisi delle statistiche dimostra che in genere il viaggiatore extra-europeo e il nord europeo (Paesi Scandinavi) pianifica viaggi con largo anticipo.

L'offerta deve essere pronta e ben confezionata per questo tipo di viaggiatore, ma anche per chi prenota all'ultimo momento. Dall'osservazione dei dati inoltre, si evince come il viaggiatore, anche oltreoceano, tenda a prenotare direttamente il volo, il soggiorno e il noleggio dell'auto.

Un pacchetto preconfezionato viene acquistato solo se risponde ai seguenti requisiti che corrispondono al **Powerful Tip Two**: *People are thinking about and researching trips all the time.*

Think about all the key moments that you can influence during the customer's journey that will ultimately lead to a conversion.

1.7.2. Understand the Travelling Customer's Journey

Google ha identificato quattro momenti chiave importanti per “conquistare” il viaggiatore:

Dreaming: *People who are thinking about traveling are doing searches to find ideas and inspiration – where to go and what to do.*

Organizing: *People are deep in consideration mode, deciding which hotel or airline to book, based on details like location, cost, and timing.*

Booking: *People have made their decision and make their reservations.*

Experiencing: *People are searching for things to do and new places to visit near them on their trip.*

“Glass Tourism” dovrà tener presente questi importanti requisiti per poter aver successo.

1.7.3. Define Your Target Audience

Write from the perspective of buyer personas to create emotional advertising that speak to your target market to get more people to click and convert.

Il target è definito in tre fasce. La prima fascia o i **motivati**, cioè coloro che vengono in Italia per studio, lavoro, ricerca; gli **occasional**, i **casuali**. Per la prima fascia, i messaggi emozionali saranno creati facendo leva sulle varie particolarità “Glass” di ciascuna delle “Glass Destination”: sulla possibilità di programmare un itinerario di senso tra due o tre di queste e sulle possibilità di prolungare il soggiorno in una piacevole vacanza presentando le offerte del territorio.

Per creare i giusti “messaggi emozionali” per la seconda e la terza fascia degli **occasionalni** e dei **casuali**, occorre tener conto di come statisticamente siano le donne ad effettuare principalmente le ricerche su internet per le vacanze in Italia e la fascia d’età più coinvolta sia quella tra i 35 e i 49 anni. Una strategia che consente di aumentare la probabilità di conquistare l'attenzione di queste due fasce di turisti, che stanno pianificando di trascorrere le vacanze in Italia, è creare una pubblicità mirata che trasmetta anche l’aspetto ludico dell’esperienza “Glass Tourism”. In questo caso può essere utile veicolare il messaggio di come una tappa di una o due notti o un'escursione giornaliera in queste destinazioni consentano di vivere un'esperienza unica, sicuramente diversa dall'usuale, e che può essere connotata con un taglio ludico e didattico, intercettando così l'interesse dei turisti con bambini.

1.7.4. Give Them What They Want

Make sure your offer clearly tells people that you have what they want or need for their trip. That could mean tailoring your messaging.

Nel caso del turista motivato, possiamo dire che l'offerta su cui puntare è un circuito itinerante unico. Si può pensare di abbinarlo anche ai vari festival ed eventi che avvengono abitualmente in diverse stagioni dell'anno. “L'Altare Glass Fest” di solito ha luogo nei mesi estivi, il "Festival del Vetro di Piegaro" nel mese di maggio, la "Venice Glass Week" nel mese di settembre, mentre per quanto riguarda Empoli non è ancora stato organizzato alcun evento specifico sul mondo del vetro, ma è in programmazione l’abbinamento in futuro ad altri eventi locali.

Considerando invece il turista occasionale e il turista casuale, l'offerta potrebbe essere agganciata alle altre offerte top del territorio.

Ad esempio, per Altare si può valutare l'inserimento in interessanti percorsi da compiere sia a piedi che in bici, puntando sulle offerte di turismo naturalistico della zona, oppure nell'escursione giornaliera di chi è in vacanza al mare sulla bellissima costa ligure.

Per Empoli, invece, l'invito va indirizzato al tipico turista culturale, ma anche all'amante di enogastronomia e prodotti artigianali locali. Per Piegaro, oltre a quanto detto per Empoli, buona leva può essere rappresentata anche dal puntare sul turismo naturalistico e sulla produzione locale di olio, vino e zafferano. Per Murano, si può contare sulla destinazione Venezia ma anche rendere l'offerta di Murano unica e più esperienziale: non la semplice visita della fornace fine a se stessa, come viene abitualmente proposto, ma l’abbinamento alla ricca e

interessante offerta gastronomica genuina dell'isola, oltre a percorsi "inusuali" che consentano al turista di "vivere" Murano nella sua interezza, avvicinandosi ai molti angoli suggestivi e all'offerta storica e artistica, meno nota ma di altissimo *appeal*.

1.7.5. Get Them Where They Want to Go

Now we're past the ideas and inspiration stage. People know where they want to go, which means they have higher purchase intent. So get them there – push your hard offers and deals.

Una volta che si presume di aver intercettato l'interesse del turista, diventa vincente non fermarsi a proporre il semplice pacchetto ma, piuttosto, una doppia opzione di:

1. Pacchetto dinamico - il viaggiatore si sente più coinvolto e compone il viaggio solamente selezionando le varie offerte che più lo affascinano tra quelle proposte. Oggigiorno la tendenza è di voler organizzare il volo e spesso anche l'*accommodation* per conto proprio e poi scegliere dal *bouquet* di proposte gli altri servizi.

2. Pacchetto customizzato - Il *travel designer* compone il pacchetto a seconda dei gusti e del budget del cliente, indirizzandolo verso la scelta più appropriata sulla base delle indicazioni fornite dal cliente, e fornendo varie proposte che possono combinarsi tra loro. Un servizio "plus" è rappresentato dalla possibilità di avere un *tour leader* che accompagni i viaggiatori e li assista durante il soggiorno. Il *tour leader* deve essere un profondo conoscitore dei luoghi, delle attrattive e, naturalmente, del mondo del vetro.

1.7.6. Pay Attention to How People Search for Travel

Target your campaigns for the right audience on the right device. Your mobile ad copy should inspire travelers and generate demand, which you can later convert via your offers on desktop.

Esaustiva è la slide riepilogativa che segue: ben l'87% delle ricerche vengono fatte da dispositivo *mobile*, mentre le prenotazioni avvengono poi da PC. Importante quindi è progettare un sito internet di "Glass Tourism" in primo luogo *responsive*, ricco di contenuti, di immagini e di video.



<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/19/travel-marketing-tips>

1.7.7. Reach Travelers at the Right Time

Make sure you have a strategy that keeps you visible during your most valuable season. If consumers don't know you or can't easily find you, they can't buy from you.

Per “Glass Tourism” i periodi giusti per intercettare l’interesse del potenziale viaggiatore sono principalmente i mesi invernali, i periodi di vacanza, i momenti nel weekend e la sera.

1.7.8. Embrace Facebook Ads

Use Facebook ads to drive interest and generate more clicks, and higher conversion rates.

In fase di lancio sono molto utili i social: Facebook, Instagram e LinkedIn, quest’ultimo in particolare per raggiungere gli operatori del settore.



<https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/19/travel-marketing-tips>

1.7.9. Bid On Your Brand Terms

Bid aggressively on brand terms to make sure you maximize your visibility in the SERPs. (Search Engine Result Page).

Nel caso specifico di “Glass Tourism” si può pensare a spingere sui seguenti termini di SEO, da dosare correttamente nei contenuti del sito: **glass experience/esperienza del vetro; discover glass/scoprire il vetro; glass itinerary/itinerario del vetro; glass tourism/turismo del vetro; glass tour; glass destination/destinazione del vetro; stories; tourist experiences; place storytelling; art glass/arte vetraia; history of glass/storia del vetro, glassworking/lavorazione del vetro; soft glass/vetro a lume; glass craftsmanship/artigianato del vetro.**

Volendo andare ancora più sullo specifico: **glass never seen; unknown glass; unique tours; new travel models; on the way of glass...**

Inoltre, per la veicolazione sui canali social si rende opportuno identificare alcuni *hashtag* ben definiti e condivisi tra tutti gli attori professionali. In particolare, per massimizzare l’efficacia degli stessi, ci si è orientati verso voci brevi, semplici da ricordare e da scrivere in modo corretto, comprensibili anche da turisti non anglofoni, rappresentativi e non ambigui.

Gli *hashtag* che hanno maggiori condivisioni sono i seguenti: #glassart #vetrosoffiato #glasscommunity #glassofinstagram #designglass #madeinitaly #vetromurano #muranoglass. Per quanto riguarda invece gli *hashtag* da utilizzare per lanciare il nuovo segmento di turismo del vetro: #glasstourism #glassdestination #itineraridelvetro #vetroturismo #glassitinerary #artevetraia #vetroaltare #vetropiegaro, solo per fare qualche esempio.

1.7.10. Close the Loop with Remarketing

The travel purchase cycle can be a long and winding road. Use remarketing to make sure consumers can always find their way back to you.

Ruolo fondamentale viene giocato dal *brand* che deve essere in grado di creare associazioni cognitive ed emotive uniche grazie all’unicità e alla differenziazione dell’offerta. Essere i primi a proporre "Glass Tourism" con un marchio già ben posizionato è sicuramente positivo. L’originalità dell’offerta e la fiducia acquistata garantiscono la fidelizzazione dei clienti.

Un sito internet sempre aggiornato, la costante presenza sui social, negli incontri internazionali, i buoni rapporti con le DMO locali rappresentano un ulteriore aiuto.

1.8. Per il lancio di Glass Tourism

È stato inoltre consultato il recentissimo articolo raggiungibile all'indirizzo <https://www.similarweb.com/corp/blog/launching-in-a-new-market/> che fornisce una linea guida per il lancio di un nuovo prodotto. La seguente lista è stata utilizzata per confrontare le azioni intraprese e sarà tenuta in evidenza per le azioni da intraprendere nella fase di lancio del prodotto "Glass Tourism".

Come si potrà notare, questo articolo riprende gli elementi chiave della redazione dei *business plan* per ottimizzarli in una logica di approccio di mercato ancora inesplorato.

According to Harvard Business Review, 75% of product launches fail to entice consumers. Visibility into potential profits and revenues, and the ability to evaluate the soundness of your business plan, can be crucial for securing additional funding or scaling your business.



<https://www.similarweb.com/corp/blog/launching-in-a-new-market/>

Nel caso “Glass Tourism” una possibile pratica dei suggerimenti potrebbe essere la seguente:

1.8.1. Define your target market

Il primo target è quello già esistente, ma disperso o poco intercettato: studiosi, ricercatori, studenti, provenienti principalmente dagli Stati Uniti e dall'Est Europa.

Inoltre, come visto in precedenza, altri possibili target possono essere considerati i turisti che vengono per il cicloturismo, per seguire percorsi naturalistici, vacanze al mare o viaggi nelle città d'arte. Per catturare questi target diventa fondamentale la collaborazione dei territori: far entrare il progetto "Glass Tourism" nei programmi e nei piani di sviluppo dei sistemi territoriali.

1.8.2. Define your goals

Il primo obiettivo è la *brand awareness*: una strada per raggiungerla può essere quella di riuscire ad aumentare il traffico sul sito web dedicato al prodotto “Glass Tourism” in breve tempo dopo il lancio, sfruttandone la novità, l'interesse e la curiosità che molto probabilmente genererà. Un obiettivo che ci si può porre nel non auspicabile caso in cui non esista un sito dedicato, ma solo una pagina o una sezione dedicata all'interno del sito tour operator che lo propone, può essere rappresentato dal puntare a un aumento del traffico del 20% in 6 mesi. In merito alla comunicazione sui social, ci si può sensatamente porre l'obiettivo di raggiungere (in modo organico o con l'utilizzo di adv) un coinvolgimento attivo reale di almeno 400 interazioni sui post e 5.000 follower sulla pagina ufficiale nel giro di 6 mesi, la diffusione degli hashtag prioritari, l'aumento dei follower e delle interazioni su Instagram. Per arrivare agli obiettivi si renderà indispensabile, come accennato e sulla base delle logiche algoritmiche note al momento della redazione del progetto, utilizzare gli adv nativi di Facebook e di Instagram.

Si ritiene non particolarmente premiante l'utilizzo di influencer quanto piuttosto quello di micro-influencer: esperti riconosciuti e trend-setter specifici del target che consentano di creare *hype* tra i potenziali clienti. I micro-influencer si dimostrano più efficaci in termini di ritorno degli investimenti per settori diversi dal Fashion e dal Luxury (per un approfondimento si rimanda a <https://www.ilsole24ore.com/art/influencer-marketing-dall-approccio-tattico-quello-strategico-AEBr19SF> tra i tanti articoli e studi sull'argomento). Di fondamentale importanza assicurare l'*engagement* e la creazione del senso di comunità con la condivisione di contenuti provenienti dai target identificati (in una logica di *trackbacking*) e il mantenimento di un elevato livello di interattività nei commenti e nelle reazioni: il potenziale

cliente deve "sentire" che il "Glass Tourism" è "un'entità" viva e amichevole che colloquia e che fornisce informazioni attivamente.

1.8.3. Track and measure your progres over time

I possibili parametri da monitorare nel corso del tempo per verificare la bontà e l'efficacia della campagna di lancio e il successivo consolidamento del prodotto "Glass Tourism" sono per esempio quelli presentati e raccolti su "Google Analytics", da cui è possibile effettuare un controllo generale e analizzare le statistiche aggiornate del sito web d'interesse.

Altri dati importanti da tenere in considerazione sono quelli relativi agli accessi ai musei e nei luoghi dedicati al vetro.

1.8.4. Increase customer engagement

Possibili forme di interazione attiva con i potenziali clienti sono rappresentati sicuramente dai contenuti sui social e da quelli su un blog dedicato al prodotto.

Ulteriori opportunità di *engagement* sono offerte dai percorsi comunicativi condivisi e dalla possibilità di uniformare i contenuti della comunicazione con le altre realtà coinvolte in prima persona nel progetto, quali per esempio Musei, Consorzi, amministrazioni locali e strutture di promozione turistica territoriale. Il territorio ha anch'esso interesse nel creare un altro canale di lettura e valorizzare questa peculiarità fino ad ora relegata a ruoli secondari o addirittura sconosciuta.

1.8.5. Conduct market research and analysis

Un'analisi di mercato interessante può scaturire dall'erogazione di un questionario online destinato a uno o più dei target individuati. Con il questionario è possibile indagare per esempio cosa potrebbe convincere il turista a estendere la sua presenza in Italia in occasione di un viaggio di lavoro, o quali siano considerati i valori aggiunti più interessanti di una destinazione turistica.

L'analisi può inoltre prevedere l'accesso agli *open data* territoriali da cui estrapolare i flussi turistici per provenienza, periodo, durata della permanenza, accesso ai punti d'interesse (anche non strettamente correlati a "Glass Tourism").

Dalla collaborazione attiva con le amministrazioni locali possono pervenire interessanti

informazioni aggregate in merito ai pernottamenti registrati dalle strutture, sulla base delle quali ricavare indicazioni in merito ai segmenti meno coperti e quindi da "attaccare" prioritariamente.

Si renderà indispensabile prevedere la predisposizione, l'erogazione e l'analisi dei risultati di un questionario di soddisfazione destinato ai turisti che usufruiranno delle proposte "Glass Tourism", al fine di cogliere spunti e suggerimenti di miglioramento, ove possibile.

Importante sarà analizzare la concorrenza, segmentandola in maniera trasversale, in particolare in termini di prestazioni online e strategie di vendita.

L'analisi dei riscontri delle attività di SEO sarà fondamentale per il mantenimento di un'alta efficacia nella comunicazione sui nuovi media e sui social. Questa deve inoltre essere affiancata dall'effettuazione di un approfondito *benchmark* competitivo da cui comprendere l'attrattiva del mercato di destinazione confrontando le prestazioni del sito web con quelli di specifici concorrenti chiave.

1.8.6. Develop your marketing strategy

La strategia di marketing dovrà necessariamente includere i diversi canali a disposizione. La pervasività (e la coerenza) dei messaggi fondativi di "Glass Tourism" deve essere tale da risultare incisiva, diretta, chiara ed efficace sui vari strumenti media e cartacei: sito, social, video, brochure, depliant ecc.

I contenuti da veicolare potranno partire, per creare curiosità e coinvolgimento, dall'opportunità di conoscere la storia del vetro in Italia.

Di particolare efficacia potranno risultare le affiliazioni e la stipula di accordi di collaborazione con Università, Istituti internazionali e Associazioni legate allo studio, alla ricerca, alla produzione e alla vendita del vetro.

1.8.7. Grow a niche

"Glass Tourism" nasce già come una vera e propria nicchia, e non solo come prodotto. Gli unici possibili concorrenti sono al momento gli altri segmenti turistici attivi negli stessi territori. Per consolidare e rafforzare l'elemento di esclusività occorre quindi coordinare l'offerta della nicchia con gli altri segmenti "storici" meglio posizionati e già presenti.

1.8.8. Test run your digital strategy

La strategia digitale è al contempo quella più alla portata (in termini di costi) ma anche più volubile. Il continuo monitoraggio dei dati aiuta a non disperdere l'investimento a suo sostegno e a ottimizzarne l'efficacia. Gli *insight* delle campagne *adv* e dei post sui diversi social e le statistiche di utilizzo del sito, abbinate ad A/B test sulle componenti principali della promozione, consentiranno di individuare i percorsi comunicativi e le strategie migliori in termini di ritorno degli investimenti già dopo pochi mesi dall'avvio.

Specifiche campagne *adv* potranno essere lanciate per spingere offerte speciali che consentano di testare se una o più delle *glass destination* abbia bisogno di una strategia personalizzata e come la proposta di viaggio con il bundle di 2/3 "Glass destination" possa essere accolta.

CAPITOLO 2. Luoghi e Storie di Vetro

La ultra millenaria arte del vetro e il vetro stesso nascono da un prodigio difficile da spiegare, per il mistero che avvolge questo materiale che sembra nato da una magia.

Risulta quasi impossibile che da un miscuglio di sabbia silicea, soda, e carbonato di calcio, possano avere origine oggetti di così tanta utilità (in riferimento principalmente alla cosiddetta produzione per uso “comune” sviluppatasi nei territori italiani presi in esame di Empoli in Toscana e Piegaro in Umbria) e bellezza (la produzione parzialmente artistica di Altare in Liguria ed quasi totalmente artistica dell’isola di Murano a Venezia).

I numerosi tipi di vetro che si possono produrre e le molteplici variabili attuabili sulla lavorazione, rendono alquanto difficile una semplice descrizione delle fasi di lavorazione, ma, iniziamo dalla storia: dove nasce il vetro? Quando nasce il vetro?

2.1. Cenni storici: dagli Egizi, ai Fenici, ai Romani

Quando - e dove - nasce il vetro?

In Mesopotamia nel III secolo a.C. come scrive Plinio il Vecchio nel sul trattato “Naturalis Historia” o in Egitto?

Più che di vetro, si parla di paste vitree. Infatti, nell’antico Egitto, la scoperta del vetro è preceduta dalla scoperta della “faience” o “fayence” usata dagli egiziani per produrre placchette da intarsio, piccoli manufatti, amuleti, *ushabti* o canopi (le piccole statue che costituivano elemento indispensabile del corredo funebre) e i famosi scarabei. Questo particolare materiale appena scoperto, era stato erroneamente considerato una ceramica, ma altro non era che un primo esperimento di pasta vitrea creata proprio come il vetro in seguito: *con un impasto di sabbia, silice, ossido di calcio e alcali manovalenti. La faience infatti, è caratterizzata dall'avere un nucleo interno a base di silice macinata o sabbia e un sottile strato esterno di vetro vero e proprio*⁷. La tipica colorazione verde-azzurra o blu cobalto si pensa sia il risultato dell’aggiunta, forse per errore, dell’ossido di rame. La tecnica consisteva nel ricoprire con questo impasto, sfere, piccoli oggetti di pietra o manufatti modellati con materiale argilloso e/o stagno.

⁷ G. Artioli, I. Angelini et alii, "Crystals and phase transitions in protohistoric glass materials", *Phase Transitions*, Taylor & Francis, 2008

Con il nome “faiance” oggi s’identifica spesso la maiolica i cui componenti principali coincidono, anche se in quantità differenti, con quelli del vetro e con quelli della “faience egizia” riconoscibile proprio per la tipica colorazione blu caratterizzata dall’alta concentrazione di rame.

Percorrendo velocemente i secoli, uno sviluppo della lavorazione e della tecnica si riscontra nel VII e VI secolo a.C. in Fenicia nella produzione di utensili vari, stoviglie, e piccoli contenitori di profumi e unguenti.

Tra la fine del II e l’inizio del I Millennio a.C., l’arte della lavorazione del vetro ha potuto estendersi anche nel Mediterraneo centrale grazie ai traffici e al commercio dei greci e fenici. I primi vetri erano principalmente di colore verde per la presenza di ferro nella sabbia utilizzata.

Durante l’Impero Romano, che si estendeva su vasti territori del Mediterraneo e del Medio Oriente, il vetro fu plasmato in molte forme, principalmente in oggetti utilizzati per il trasporto di oli, profumi, unguenti come piccole bottiglie. Sempre di questo periodo, è anche l’invenzione della finestra con lastre di vetro, progettata per le dimore nobiliari dell’Antica Roma.

2.2. Una nuova tecnica: il soffiaggio

Nella seconda metà del I secolo a.C. fu sviluppata la tecnica del soffiaggio: un cambiamento veramente rivoluzionario nell’evoluzione della lavorazione del vetro, che ha velocemente sostituito altri metodi fino ad allora usati come la lavorazione a nucleo friabile e a colatura.

Questa nuova tecnica si espletava mediante il “gonfiaggio” di una massa più o meno grande di vetro fuso, con l’aiuto di una canna. Le prime canne utilizzate per la soffiatura erano in argilla. Questo tipo di canne da soffiaggio furono poi utilizzate fino all’introduzione delle canne di metallo.

La soffiatura è quindi, praticamente, l’espansione di una porzione di vetro fuso ad opera di un “soffiatore” che introduce nella canna una piccola quantità d’aria.

Per facilitare il processo di soffiaggio ed aumentare la rigidità del vetro, si è leggermente modificata la composizione della pasta vitrea, riducendo la composizione di “natron” (carbonato decaidrato di sodio – soda -) che agisce come “flussante” (prodotto chimico utilizzato per favorire la saldatura) permettendo così al vetro di essere più rigido e rendere più agevole la soffiatura.

Durante la soffiatura, gli strati più sottili di vetro si raffreddano più velocemente di quelli più spessi e diventano più viscosi. Ciò consente la produzione di vetro soffiato con spessore uniforme.

I due principali metodi di soffiatura del vetro sono **il soffiaggio libero e con stampo**.



Canne da soffio

(Viti Pagni S. "Maestri Vetrai. L'Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolese", Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

2.2.1. Soffiaggio Libero

Questo è il primo metodo utilizzato dall'uomo sin dalla seconda metà del I secolo a.C.

Il soffiaggio libero è una tecnica ancora oggi praticata soprattutto per scopi artistici, dove vengono evidenziate: l'abilità ed esperienza del soffiatore che sa ben dosare gli "sbuffi" d'aria immessi nella canna da soffio e la veloce e ferma manualità della lavorazione che gli permettono di esprimere la propria maestria.

2.2.2. Soffiaggio in Stampo

Come per il soffiaggio libero anche la tecnica del soffiaggio in stampo risale alla seconda metà del I secolo a.C. e venne probabilmente introdotta per facilitare la produzione in grandi quantità di oggetti di uso comune.

In questo caso, una porzione di vetro fuso viene posta all'estremità della canna e gonfiata in uno stampo di legno o gesso o metallo (preferibilmente bronzo) intagliato con la forma che si desidera. In questo modo, la forma e bellezza finale dell'oggetto realizzato, sono determinati dal disegno all'interno dello stampo piuttosto che dall'abilità del soffiatore.

Lo sviluppo della tecnica di soffiaggio nello stampo ha permesso la produzione di oggetti in vetro in grandi quantità, introducendo la produzione in serie e, in epoche più recenti, lo sviluppo industriale della lavorazione del vetro.

2.2.3. *Lo Stampo*

I primi stampi furono realizzati in Egitto tra il II e il IV secolo. Oggi si possono trovare stampi in ferro, bronzo o anche in legno e con varie forme a seconda del tipo di oggetto che si deve produrre.

Lo stampo quindi è un modello unico, usato per dare una forma precisa all'oggetto di vetro che si vuole creare. Indubbiamente, sia la preparazione che la buona conservazione dello stampo sono fondamentali, poiché da esse dipende la qualità dell'oggetto.

Per la vetreria, avere varie e più forme di stampi è indubbiamente un grande investimento economico che rappresenta però poi una linea, un "brand" inconfondibile, l'immagine dell'azienda.



Taglio di vetro per la lavorazione a stampo

(Viti Pagni S. "Maestri Vetrai. L'Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolesse", Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

2.2.4. *Le fasi di lavorazione*

La punta della canna di soffiaggio viene prima preriscaldata quindi, immersa nel vetro fuso nella fornace. Il vetro fuso viene "raccolto" sulla sua estremità come un bastoncino di legno raccoglie il miele e fatto rotolare su una superficie d'acciaio o (in qualche vetreria si trova ancora) in una piana di marmo.

Il soffiatore inizia a soffiare piccoli getti d'aria nella canna creando una *bolla* (in muranese *bolo*) da poter poi facilmente modellare. Questo processo forma un rivestimento più freddo all'esterno della bolla di vetro incandescente. Successivamente, il soffiatore può scegliere di raccogliere

vetro ulteriore sopra questa bolla per creare un pezzo più grande. Una volta che il pezzo è stato soffiato alla dimensione finale approssimativa, viene realizzata la base. Il vetro fuso viene quindi attaccato a un'asta di acciaio inossidabile o di ferro per modellare la parte superiore.

A questo punto il soffiatore ha bisogno della sua stazione di lavoro: la *panca*. Essa è composta da un'area per il soffiatore, uno per gli strumenti portatili e due binari su cui il soffiatore farà scorrere la “bolla” di vetro. Altro strumento utile al maestro per la lavorazione, sono le *borselle*, o pinza in ferro che serve per modellare il vetro. Possono avere forme e funzioni diverse a seconda del tipo di lavorazione che il maestro deve eseguire.

Abbiamo poi il *puntello* o *pontello*, una asta metallica che si “attacca” al fondo dell’oggetto in lavorazione sulla canna da soffio; la *rocca*, altro attrezzo metallico con le stesse funzioni del *puntello* su cui però, l’oggetto una volta “arroccato” non subisce ulteriori lavorazioni. Il *tagiante* (in muranese) è unna forbice o cesoia utilizzata dal vetraio durante la formatura del pezzo per tagliare via il vetro eccedente. Infine forbici e pinze di vari tipi e misure utilizzate per la fase iniziale di lavorazione e per rifiniture varie.

Esistono molti sistemi per applicare “motivi” e colori al vetro soffiato. Da citare, due tecniche tipiche della lavorazione artistica muranese: il rotolamento del vetro fuso su polvere di vetro, o pezzi più grandi, o strisce o “murrine” (canne vitree monocrome o variamente colorate, tagliate in sezioni trasversali per rivelarne i motivi) e il “reticello”, una delle tecnica di lavorazione più complicate, che prevede la creazione di due bolle filigranate una interna all’altra e unite durante la soffiatura da una rotazione in direzione opposta, così da ottenere un motivo “a rete”.



Taglio di vetro per la lavorazione a stampo

(Viti Pagni S. “Maestri Vetrai. L’Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolese”, Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

2.2.5. Breve storia della tecnica di soffiatura

Le prime prove di soffiatura del vetro provengono da una raccolta di rifiuti di una vetreria, trovati in un “mikveh” (un bagno rituale purificatorio) nel quartiere ebraico dell'antica città di Gerusalemme datati dal 35° al 4° a.C. Alcuni dei tubi di vetro recuperati erano parzialmente gonfiati e chiusi a fuoco ad un'estremità (probabilmente soffiati attraverso l'estremità aperta mentre erano ancora caldi) per formare una piccola bottiglia. Tali reperti storici possono quindi essere considerati come una forma rudimentale di canna.

Questa nuova tecnica, decisamente appoggiata dall'Impero Romano, grazie ai Fenici si sviluppò principalmente in territori dell'Impero in Medio Oriente. Successivamente, probabilmente per la scarsità di materiali, scomparve durante l'alto Medioevo, per poi ricomparire nel periodo gotico (XII – XIII secolo).

In un primo tempo la lavorazione del vetro soffiato si espanse quindi fino ai confini orientali dell'Impero, dove i fenici crearono le prime grandi fabbriche nella provincia di Cipro, e nelle attuali Libano e Israele. Più tardi, i fenici prima e i romani poi, aprirono dei laboratori anche in territori occidentali dell'Impero e in Italia (in Campania, a Morgantina in Sicilia ed a Aquileia in Veneto).

Alla fine del I secolo a.C., uno dei più importanti centri di produzione dell'Impero Romano non in territorio italiano, si trovava a Colonia, in Germania.

Da allora iniziarono le prime fughe degli artigiani (che, come in epoche più recenti non avevano il permesso di trasmettere i segreti della lavorazione altrove), verso nuove destinazioni a nord delle Alpi (l'attuale Svizzera) e nel Nord Europa (oggi Francia e Belgio).



Marmorizzazione e preparazione prima della soffiatura

(Viti Pagni S. “Maestri Vetrai. L'Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolesse”, Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

2.3. Accenni di Storia e il Vetro Veneziano

L'artigiano che sapeva lavorare il vetro ha sempre goduto di un ruolo importante nella società del suo tempo. Con la sua maestria avevano guadagnato una posizione sociale di rilievo paragonabile ai dottori, agli architetti e ai farmacisti.

In epoca tardo-romana con Costantino I, ad esempio, furono emanate delle leggi a favore dei vetrai, esentandoli dal pagamento dei tributi. Oppure, venivano insigniti di onorificenze o addirittura titoli nobiliari nella speranza che rimanessero legati e fedeli al borgo, città, feudo di appartenenza e custodire così i segreti della loro arte.

I primi insediamenti di artigiani della lavorazione del vetro nacquero in varie aree dell'impero romano. Uno fra i più importanti è stato sicuramente fondato ad Aquileia, strategico porto romano per gli scambi e il commercio con l'Oriente.

Nel V-VII secolo d.C. l'arte bizantina subisce il fascino del vetro e si sviluppa l'uso di tessere di vetro per i mosaici (prima si utilizzavano principalmente pietre). A testimonianza, alcuni reperti in vetro di questo periodo sono stati ritrovati nell'isola di Torcello a Venezia.

Intorno all'anno 1000, nel nord Europa, si verificò una svolta nella fase produttiva della lavorazione del vetro con la sostituzione della soda con la *potassa*⁸ più facilmente ottenibile dalla cenere di legno. Da quel momento in poi, la produzione vetraia del nord dell'Europa si differenzierà dalla produzione dei territori dell'area mediterranea che hanno continuato a mescolare la sabbia con la soda.

Nel XI secolo, in Germania, si pratica una nuova tecnica di lavorazione per la produzione del vetro per soffiatura: stirando le sfere in cilindri, tagliando per lungo gli stessi prima del raffreddamento e appiattendoli in "fogli". Nascono così le lastre di vetro.

Questa tecnica fu poi perfezionata nel XIII secolo a Venezia che, da quel momento in poi diventerà un importantissimo centro di produzione vetraria che culminerà nel XIV secolo con l'invenzione dello specchio (1369).

Nel 1271 fu emanato uno Statuto dove si cercava di tutelare la manifattura del vetro veneziano, proibendo agli artigiani di importare vetri dall'estero, negando ai vetrai stranieri la possibilità apprendere i segreti della tecnica di lavorazione veneziana e obbligando i mastri vetrai veneziani, a sottoscrivere un giuramento di fedeltà. Ciò nonostante, molti artigiani veneziani si spostarono in altre località italiane ed europee diffondendo i segreti dell'arte del vetro veneziano.

⁸ **Potassa.** Il carbonato di potassio è il sale di potassio dell'acido carbonico. La potassa viene usata anche nella produzione artigianale del sapone.

Altra data significativa per la produzione vetraia veneziana è il 1291 quando la Serenissima Repubblica di Venezia, per prevenire gli incendi in città (a quel tempo la maggior parte delle abitazioni erano costruite in legno), ordinò ai vetrai di spostare le loro fonderie sull'isola di Murano. Si pensa che questa sia solo la versione ufficiale per giustificare questa migrazione mentre, in realtà, sembra sia stato imposto un trasferimento coatto per tenere isolati gli abili artigiani e tenere custoditi i loro segreti di lavorazione.

Sempre a Venezia e sempre nel XIII secolo si fa risalire anche l'invenzione delle lenti in vetro per gli occhiali essendo il vetro (cristallino) veneziano più limpido di quello prodotto nel 1300 dai vetrai fiorentini, che attribuiscono la paternità dell'invenzione degli occhiali, al toscano Silvino d'Amato.

In quello stesso periodo, intorno il 1450, a Murano, Angelo Barovier inventa un vetro molto "pulito" che, per sua purezza e trasparenza può essere accostato al cristallo minerale. Sarà chiamato *vetro cristallino* o *cristallo veneziano*, ottenuta con l'aggiunta di sodio e *manganese*⁹ alla abituale miscela del vetro. Questo impasto di straordinaria plasticità permetterà la realizzazione di nuove forme di stile tipicamente rinascimentale che rimarranno in auge fino a tutto il XVII secolo.

La soffiatura del vetro in stampo, venne impiegata dai vetrai muranesi per produrre il cristallo e fu poi usata, per fabbricare lastre o vetri piani alla fine del XVII secolo.

Nel XVII – XVIII secolo nasce nelle regioni di Boemia e Slesia (ora Repubblica Ceca) il cristallo di Boemia, creato miscelando cloruro di potassio e gesso e senza l'aggiunta di piombo. Il risultato: un vetro incolore, chiaro, lucente e più stabile e più facilmente lavorabile di quello prodotto in Italia. Inoltre, la cenere prodotta dal legname utilizzato per i forni di fusione poteva essere poi riutilizzata per creare il potassio.

Per la prima volta si aggiungerà la provenienza (Boemia) alla parola "cristallo" per distinguere questa particolare lavorazione e qualità da altri tipi di cristallo prodotti in altre aree o paesi.

Verso la fine del XVII fu sviluppato a Murano un nuovo processo di fusione e il vetro divenne un materiale molto più comune. Con la caduta della Repubblica di Venezia nel 1797 cominciò per la città una crisi industriale e occupazionale. Nel 1806 i decreti napoleonici sancirono l'abolizione delle corporazioni artigianali quindi, l'opera dei vetrai perse ogni tutela e i vetrai ogni vantaggio. In quegli anni, anche la concorrenza della Boemia, Stiria e Carinzia creò un

⁹ **Manganese.** Elemento chimico il cui simbolo è Mn; è un metallo di aspetto simile al ferro di colore grigio-bianco, duro e fragile, usato nell'industria del vetro, metallurgica e farmaceutica.

periodo buio, sia a livello tecnico che estetico. La rinascita inizia poi nella seconda metà del 1800 con l'annessione del Veneto all'Italia.

Il XX comincia a Murano con nuovi processi d'innovazione e nuove collaborazioni con designer e artisti. Questo periodo di grande sperimentazione e reinterpretazione di tecniche antiche rimarrà in auge fino all'inizio degli anni '70, quando il mondo del vetro rientrò in crisi.

L'inizio di un lento declino dovuto a vari fattori economici, sociali, occupazionali e di errate strategie di vendita, arriva purtroppo fino ai giorni nostri con l'inesorabile chiusura di molte vetrerie anche storiche.

Grazie a partnership con importanti associazioni internazionali e alla attività del Consorzio "Promovetro" impegnato sin dal 1985 a valorizzare l'immagine del vetro artistico di Murano, l'attenzione del mondo culturale e accademico internazionale è sempre puntata su Murano, leader dell'arte millenaria del vetro.

2.4. Ciclo produttivo in vetreria: luoghi, uomini, attrezzi e fasi della lavorazione

La visione diretta, anche se parziale, della lavorazione del vetro, è un'esperienza unica che riporta indietro nel tempo. I movimenti, gli attrezzi, il linguaggio sono gli stessi da migliaia di anni: un rito immutato che ha saputo rinnovarsi pur mantenendo la stessa ideologia dei pionieri del passato.

Ieri, come oggi, componente imprescindibile di questo processo è l'uomo. Protagonista assoluto. Un mix di calcolo, abilità e genialità che partecipa attivamente a tutte le fasi del ciclo produttivo. In una giornata lavorativa di 24 ore, le fasi fondamentali per la produzione di vetro sono le seguenti:

- 1) Preparazione della *miscela vetrificabile* (in muranese *partìa*)
- 2) *Infornaggio* e Fusione della miscela
- 3) Lavorazione o formatura
- 4) Ricottura o *tempera*¹⁰
- 4) Affinazione e omogeneizzazione - *Molatura* (*moladura in muranese*)¹¹
- 5) Confezionamento

¹⁰ **Tempera.** *Forno di ricottura* che elimina le tensioni interne della struttura del vetro rendendolo resistente all'uso. La temperatura all'ingresso è di circa 480° per salire oltre i 500° e poi per ridiscendere lentamente a temperatura ambiente verso il *fondotempera*. Il tempo di ricottura dipende dalla forma e dallo spessore dell'oggetto, in genere 2 ore e mezza circa. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli). Nelle vetreria a Murano se chiedi dettagli sulle temperature, ti rispondono: "*Fasemo a ocio*" (praticamente la traduzione è: niente regole, solo esperienza e consuetudine!).

¹¹ **Molatura.** Incisione, intaglio. Fase di finitura della produzione di un oggetto di vetro. Levigatura e poi lucidatura del pezzo lavorato, passandolo a varie ruote o mole di diversa capacità abrasiva. (Museo del Vetro, Murano)

Il cuore della vetreria è il *forno* o *fornase* (fornace) come lo chiamano a Murano. Un forno o fornace può essere provvisto di più forni di fusione più o meno grandi.

In questo luogo vi operano i vetrai costituiti in “piazze”. Per piazza s’intende la “forza lavoro” del forno. Squadre di vetrai con a capo il *maestro*¹² e un squadra di uomini (in genere 6/8 persone) che varia nel numero di addetti a seconda del tipo di lavoro da svolgere.

Le figure indispensabili sono il “*servente*”¹³ (fuori da Murano chiamato anche “levatore”) cioè colui che preleva la massa vetrosa dal forno per il maestro.

Il “*maestro*” che modella l’oggetto manualmente con vari attrezzi o “a soffio”. Poi una serie di aiutanti, suddivisi in scala gerarchica, che possono avere dei compiti specifici per assistere il maestro nell’esecuzione del pezzo.

Dopo il “servente” abbiamo il “*serventin*”¹⁴ (dialetto muranese) che porta l’oggetto lavorato al “*temperista*”¹⁵, che si occupa della gestione del forno di ricottura (o tempera).

Il maestro non è quindi solo un abile artigiano ed esperto conoscitore delle tecniche di lavorazione, ma, per gestire questo articolato lavoro d’*équipe* organizzato gerarchicamente, necessita anche di una buona dose di autorevolezza e umanità.

Per descrivere le varie fasi del ciclo produttivo di una normale giornata lavorativa e citare i vari attrezzi utilizzati per la lavorazione del vetro, è necessario addentrarsi in un mondo linguistico specifico, derivante, da sempre e prevalentemente, dal linguaggio utilizzato dai vetrai di Murano.

Molti termini tecnici utilizzati nelle altre destinazioni trattate come Altare (Liguria), Empoli (Toscana) e Piegaro (Umbria), subiscono le tipiche influenze dialettali regionali oppure, mettendo a confronto il glossario muranese con il glossario empolesse gentilmente fornito dalla Prof.ssa Stefania Viti Pagni di Empoli che mi ha accompagnato durante le site inspection a Empoli, termini tipicamente locali.

¹² **Maestro.** Sta a indicare la persona più abile della *équipe* dei vetrai d’arte e quindi responsabile del buon funzionamento della *piazza*. Nel passato era chiamato “*scagner*” che deriva da “*scagno*”, piccolo sedile di legno, senza spalliera dove siede il maestro. Ora è un sedile molto largo munito di due braccioli, sui quali il mastro fa rotolare la canna durante le operazioni di formatura dell’oggetto.

¹³ **Servente.** Nella gerarchia della *piazza* è il primo aiutante del maestro e suo diretto collaboratore. Esplica mansioni di elevato contenuto tecnico e artistico ed è in grado, talvolta, di sostituire il maestro stesso.

¹⁴ **Serventin.** Nella gerarchia del vetro artistico muranese è il terzo componente della *piazza* dopo il maestro e il servente. Fuori Murano è chiamato anche “portantino”.

¹⁵ **Temperista.** Colui che organizza e sistema i pezzi completati in tempera.

Un oggetto di vetro lavorato a mano e a soffio è il risultato di una serie di operazioni: *levata* del vetro dal *crogiolo*¹⁶, dalla *padella*¹⁷ o dalla vasca del forno di fusione con la *canna da soffio*¹⁸; preparazione della *pallina*¹⁹ mediante *marmorizzazione*²⁰ e rivestimento con un o più *coperte*²¹, passaggio nel *maioscio*²²; *botto*²³, soffio libero o soffio a *stampo*²⁴; passaggio dell'oggetto sul *puntello* (*o, come dicono a Murano, pontello*)²⁵ o sulla *rocca*²⁶ e suo *stacco* dalla *canna da soffio*; *apertura*²⁷ del pezzo mediante *riscaldamento o ribrucatura*; collaggio di un certa quantità di vetro pieno con la *cordellina*²⁸ (chiamata “*morisa*” a Murano) per ottenere *cordoni, manici*, e decorazioni varie riportate a caldo e lavorato con l'ausilio di attrezzi come *molle, forbici, pinze varie*; appoggio del vetro sulla *forcella*²⁹ e stacco dal puntello o dalla rocca;

¹⁶ **Crogiolo.** Contenitore o vaso fusoreo nel quale, in passato la *fritta*, come si chiamava la miscela delle varie materie prime, mescolate a rottame, viene portata a fusione per preparare il vetro. Il crogiolo era preparato impastando generalmente silice ad argilla refrattaria e il procedimento di fabbricazione dei crogioli richiedeva molti mesi di lenta essiccazione dopo la formatura. Le dimensioni dei crogioli sono varie: in passato contenevano solo alcune decine di chili di vetro, ora si arriva anche a mille chili. Le forme erano in genere cilindriche in sezione verticale, e rotonde o ovali in sezione orizzontali. Per alcuni tipi di vetro, per esempio il vetro contenente piombo, si possono usare anche crogioli cosiddetti coperti; con questa soluzione si riducono le perdite per volatilizzazione del piombo. (Museo del Vetro, Murano)

¹⁷ **Padella** (in muranese, *padea* o *curisio*). Recipiente di materiale refrattario rotondo e di capacità diverse, usato per la fusione del vetro. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

¹⁸ **Canna da Soffio.** Tubo di acciaio con il qual si soffia il vetro a bocca. La sua lunghezza è di 135 – 150 cm ed il diametro varia da 0,8 a 5 cm in relazione alla quantità della levata (vetro prelevato dal forno) che si intende effettuare. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

¹⁹ **Pallina** (in muranese *Péa, Pela da pera*). Primo embrione dell'oggetto in fase di formazione. Etimologicamente significa “pera” perché ha la forma del frutto. Deriva dalla prima levata/*levada* o “pallina” che, viene sottoposta a levigatura; la soffiatura iniziale, a cui segue una seconda *levada*, una ulteriore soffiatura, fino a portare l'oggetto a un forma rotondeggiante. Diventa così un *bolo* (in muranese, grumo di vetro fuso) o “botto”viteo già sbizzato e insufflato, pronto per essere consegnato al maestro per la rifinitura. (Museo del Vetro, Murano)

²⁰ **Marmorizzazione.** Levigare la “levata” su di una placca oggi d'acciaio. Il termine “marmorizzare” deriva dal fatto che in passato si utilizzava una lastra di marmo. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²¹ **Coperta.** Strato di vetro che ricopre la *pallina*. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²² **Maioscio.** (in muranese *magiosso*). Attrezzo a forma di cucchiaio, in legno puro, acacia o ciligio, per modellare la *levata*. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²³ **Botto** (in muranese *bolo*). Indica il grumo di vetro fuso che viene levato dal crogiolo con la canna. (Museo del Vetro, Murano).

²⁴ **Stampo.** Utensile concavo, in ferro, legno di pero, alluminio, ghisa, acciaio (anticamente in bronzo) nella quale si soffia la *pallina*, che dilatandosi viene modellata. Nella lavorazione a mano lo stampo è preparato con un rivestimento interno di olio di lino misto a polvere di carbone che, surriscaldandosi, forma uno strato soffice tra le pareti dello stampo e il vetro stesso. (Parziale Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²⁵ **Puntello o Pontello.** Asta metallica lunghe circa 140 cm e con diametro tra 10 e 30 mm che si attacca al fondo dell'oggetto in lavorazione sulla *canna da soffio* per poterlo poi *staccare* per eseguire ulteriori lavorazioni a caldo. (Parziale Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²⁶ **Rocca.** Attrezzo metallico avente le stesse funzioni del *puntello* ma, in questo caso, l'oggetto una volta arroccato non subisce ulteriori lavorazioni. Ne esistono di moltissimi tipi per ogni tipo di oggetto da realizzare. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²⁷ **Apertura.** Operazione con cui il grumo di vetro (*botto* o *bolo*) posto all'estremità della canna da soffio dopo l'*appuntellatura* (attaccare il puntello sul fondo dell'oggetto di vetro in lavorazione, sulla canna da soffio per compiere successive operazioni) viene scaldato e poi aperto o rifinito per ottenere un oggetto come un vaso, un bicchiere, un piatto, ecc. Il procedimento richiede uno o più riscaldamenti del vetro nel *forno di riscaldamento*. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²⁸ **Cordellina** (in muranese *morisa*) Asta di metallo pieno utilizzata per prelevare il vetro dal *crogiolo* o dalla *vasca* (forno fusorio usato per ottenere maggiori quantità di vetro lavorabile rispetto a forni a crogioli o a padella). (Parziale Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

²⁹ **Forcella.** Asta metallica terminante a U oppure a cerchio usata per introdurre, spostare, o togliere i vetri dal forno di ricottura. (Parziale Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

passaggio in tempera (seconda cottura o ricottura) con la quale acquista stabilità chimico-fisica. Per spessori o grandezze particolari si preferisce eseguire la ricottura nella *muffola*.³⁰

Dopo una selezione degli oggetti realizzati si passa in *moleria*³¹ per affinare e rifinire l'oggetto.

Terminata la giornata di lavoro si provvede all'*infornaggio* e il caricamento di nuova miscela nei forni fusori e alla sua *fondita*³²



Taglio di vetro per la lavorazione a stampo

(Viti Pagni S. "Maestri Vetrai. L'Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolesse", Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

³⁰ **Muffola.** Usato per la ricottura dei vetri, detto anche a fermo per distinguerlo dal forno a tunnel nel quale i vetri sono deposti in carrelli che vengono spostati lungo un tunnel mentre nella muffola esistono solo dei ripiani. Inoltre mentre il forno a tunnel lavora in continuità, il forno a muffola è discontinuo, nel senso che il ciclo di ricottura ha inizio solo quando la camera della muffola è riempita di oggetti da cuocere. (Museo del Vetro, Murano)

³¹ **Moleria.** Reparto nel quale si provvede alla rifinitura dei pezzi (taglio, eliminazione di asperità taglienti, incisioni decorative) con macchine abrasive (mole). (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

³² **Fondita o Fusione.** Trasformazione della *miscela vetrificabile* in *fuso*; cioè passaggio della miscela dallo stato solido allo stato liquido per azione del calore prodotto. Il tempo di fusione varia e dipende da diversi fattori come ad esempio, dal tipo di miscela usata. Nel passato la temperatura raggiungibile nel forno andava probabilmente dai 1000° ai 1200° C per cui i tempi necessari ad avere un vetro ben fuso, cioè omogeneo e ben affinato erano molto lunghi, anche 4-5 giorni. Il processo per arrivare al vetro fuso passava generalmente per due fasi: la prima consisteva nel far reagire il vetrificante e fondente a bassa temperatura in modo da far iniziare le reazioni chimiche e la seconda nella fusione della *fritta* (Prodotto di prima reazione delle materie prime, utilizzata in passato e sino all'inizio del XVIII secolo - con l'introduzione del nitrato potassico - per rendere più veloce la fusione finale) del crogiolo. Per i cristalli c'era anche una terza fase: il vetro, dopo una prima fusione veniva versato in acqua, per omogeneizzarlo e per sciogliere i sali insolubili e, quindi definitivamente rifuso una seconda volta.

Oggi le temperature di fusione, sempre nei forni a crogiolo, raggiungono anche i 1400 °C e il passaggio attraverso la *fritta* non è più necessario. Il termine fritta appare per la prima volta in un documento muranese del 1347, in precedenza tale prodotto intermedio appare col termine "maxi vitrei" nel capitolare dei fiolieri del 1271.

CAPITOLO 3. Altare, il piccolo borgo ligure del vetro soffiato

La prima possibile destinazione “Glass Tourism” presa in esame per costruire l’itinerario virtuale del vetro è stata Altare. La mia site inspection di ricerca e studio risale a gennaio 2020 e precisamente dal 16 al 18, seguita dalla tappa di Empoli nei giorni dal 18 al 20.

Ad Altare ho ricevuto una calorosissima accoglienza e disponibilità. Grazie all'ampia disponibilità offerta dall'I.S.V.A.V. (Istituto per lo Studio del Vetro e dell’Arte Vetraria) ho potuto intervistare la Sig.ra Erika La Cecilia della segreteria, che mi aveva già precedentemente fornito informazioni e materiale via mail, e il Presidente, Sig. Gianluigi Pantaleo. Il Presidente mi ha inoltre accompagnato a visitare il Museo e Villa Rosa, raccontandomi aneddoti, curiosità e la storia dell’arte vetraria altarese.

Dal punto di vista turistico, il Museo del Vetro rappresenta sicuramente l’attrattiva principale di Altare; come analizzato in precedenza, soffre purtroppo della scarsa promozione regionale che punta più sulle località balneari della costa.

Altare, piccolo borgo nell’entroterra di Savona, sulle pendici dell’Appennino ligure, è stato per sette secoli simbolo sconosciuto ai più di produzione vetraria.

Altare deve però la sua fama non tanto alla sua produzione locale ma per aver fornito maestranza in tutta Europa. I maestri vetrai ed artigiani del vetro altaresi sono stati i primi divulgatori soprattutto in Francia, dello stile veneziano (*à la façon de Venise*) molto in voga nel XV secolo. Questa esperienza li portò ad abbandonare la produzione di oggetti pratici e funzionali, per sviluppare un nuova forma di artigianato artistico che diventerà “*la façon d’ Altare*”.

Altare, nel X secolo faceva parte del Marchesato di Monferrato. Nel 1533 il Marchesato viene assorbito nei possedimenti dei Gonzaga fino al 1708 quando l’imperatore Giuseppe I° concede il territorio del Monferrato a Vittorio Amedeo, duca di Savoia e primo re di Sardegna.

Sul finire del 1500 si assiste a una prima fase di decadenza dell’industria vetraria locale con conseguenti migrazioni, ma tra il XVIII e il XIX secolo, l’attività vetraria altarese continua di nuovo a caratterizzare la produzione di vetri di uso quotidiano.

3.1. Le peculiarità di Altare

La più importante particolarità di Altare rispetto ad altri distretti del vetro italiani è che gli artigiani del vetro, sin dall'inizio del Quattrocento erano riuniti in una Corporazione.

Un'altra importantissima differenza tra Altare e gli altri distretti del vetro come ad esempio Murano ed Empoli, è che i vetrai altaresi potevano spostarsi al di là del loro territorio con promessa di rientrare alla fine del periodo di lavoro stabilito. Per gli artigiani di Altare questi spostamenti erano visti come un arricchimento del proprio bagaglio culturale e apprendimento di differenti metodi di lavorazione e non come divulgazione di particolari tecniche segrete. Inizialmente si trasferirono nell'area di Genova e più precisamente a Masone; dove nel 1400 Luchino Massari fabbricò le prime lastre di vetro per i fanali del porto di Genova.

Successivamente, in molte città padane come Milano, Pavia, Piacenza, Ferrara e perfino a Murano, dove tra il 1468 e il 1479, lavorano come semplici operai, Pietro Montano e Pietro Basso.

Il fenomeno delle migrazioni nel corso del XV secolo e XVI secolo sarà sempre più evidente e conferma la diffusione della scuola altarese (*à la façon d'Altare*) in Europa e nel mondo. Purtroppo ad Altare, l'arte vetraria di quel periodo, non consegnò alla storia nomi famosi come fece invece l'arte vetraria di Murano. Si trovano però nomi di vetrai altaresi divenuti famosi all'estero, soprattutto in Francia e in Belgio e successivamente in Sud America.

3.2. La Storia di Altare e il suo vetro: le origini

La tradizione e le leggende raccontano che l'arte del vetro, fin dal X secolo, fu introdotta ad Altare dai monaci benedettini che avrebbero ospitato nell'isola di Bergeggi, di fronte a Savona, dei monaci benedettini provenienti dalla Francia.

Fonti scritte e dati archeologici confermano che nell'Alto Medioevo, esistevano stretti rapporti tra i centri di produzione vetraria e i monasteri, che utilizzavano il vetro per coprire o ornare, le grandi finestre delle Abbazie e delle Chiese.

Dal XIII secolo, la condizione politica favorevole (Altare fin dal X secolo faceva parte del Marchesato di Monferrato), le risorse del suolo (l'area è ricca di quarzite, depositi di silice e foreste che facilitano la richiesta di combustibile), l'ottima posizione geografica (tra le principali vie di comunicazione che favorivano lo spostamento di uomini e merci sia verso nord - Basso Piemonte, Lombardia e oltre - che verso il mare) e la numerosa richiesta di manufatti dai territori

circostanti il Marchesato, fanno sì che la quasi totalità della popolazione altarese si occupi di vetro.

Data importante per identificare Altare come centro di produzione in vetro, è documentata con la più antica attestazione dell'esistenza di una corporazione "l'Universitas dell'arte vitrea" che risale al 1445 e che riporta in forma scritta una serie di principi che regolano l'attività vetraria nel Borgo di Altare. Nel 1495 viene redatto poi il primo Statuto della Corporazione dei Vetrai. Vere e proprie norme che classificano le figure professionali, disciplinano i turni di lavoro, la possibilità di trasferirsi temporaneamente per lavoro in altri borghi e la possibilità di inserire artigiani vetrai stranieri nelle vetrerie di Altare.

Dopo il primo Statuto datato 1495 ne seguì un altro ratificato tra il 1509 e il 1512 dal Marchese di Monferrato insieme ad altri feudatari della zona.

Lo statuto del 1495, insieme ad altre norme "*della terra dell'Altare*", rimasero separati e in vigore fino al 1732, quando Carlo Emanuele III, li unificò in uno solo causando l'inizio di un lento processo di decadenza della attività vetraria di Altare che si protrarrà fino al 1823 quando il re sabauda Carlo Felice, abolirà tutti gli statuti e di conseguenza tutti i privilegi che erano stati riservati fino ad allora agli artigiani del vetro.

3.3. I Blasoni delle famiglie vetrarie altaresi

Nel XV secolo i vetri erano considerati un'*élite* e godevano di privilegi eccezionali.

Inizialmente, il "blasone" era un privilegio esclusivo della nobiltà feudale che si estese successivamente anche a quella che potremo chiamare la "nobiltà inferiore", come i ricchi mercanti, i magistrati e a tutte quelle libere professioni che richiedevano competenza e ingegno, tra questi i maestri vetrai.

Fare vetro implicava nozioni tecniche, inventiva e abilità peculiari che venivano riconosciute. Ad essi era quindi concesso, come ai nobili, di esporre pubblicamente gli stemmi di famiglia.

I blasoni che si vedono ora a Villa Rosa, sede del Museo del vetro di Altare, sono una copia fedele dei blasoni dipinti sul soffitto della Sala delle Assemblee della S.A.V. (Società Artistico-Vetraria) verso la fine del XIX secolo.



(Alte Vitrie)

Tutti gli scudi hanno la forma a cosiddetta “testa di cavallo”, tipica forma di scudo anticamente adottata in Italia. Dal XVII secolo questa consuetudine andò scomparendo anche per volere delle autorità cittadine.

Con il fallimento del 1978 e in previsione di un cambio d’uso dei locali della S.A.V, l’Istituto per lo Studio del Vetro e dell’Arte Vetraria di Altare” si è adoperato per salvare questa antica testimonianza e riprodurre fedelmente gli stemmi originali per esporli nella sede del Museo del Vetro di Altare.

3.4. Le prime migrazioni

Verso la fine del XVI secolo e nel corso del XVII iniziarono le prime migrazioni di artigiani del vetro altaresi in varie parti d’Europa.

Si trattava di emigrazioni di natura diversa da quelle clandestine compiute dai vetrai muranesi, che scappavano dalle leggi severe della Repubblica di Venezia. Gli artigiani vetrai altaresi potevano emigrare “professionalmente” e questa migrazione era legale perché prevista dagli “*Statuti dell’arte vitrea del luogo di Altare*”.

NEL XVII secolo, l'arte vetraia veneziana viveva il suo periodo di massimo splendore e in tutta Europa si tentava di imitarla. A causa delle difficoltà di poter avere degli artigiani muranesi, si assumevano i vetrai altaresi. Nel corso del XVII secolo sorsero così in Europa centri di produzione vetraria altarese “à la façon de Venise” che ben presto verrà affiancata e sostituita da “la façon d'Altare”, meno barocca di quella veneziana ma comunque artisticamente pregiata.

3.4.1. Francia

Nel XV secolo la metà preferita delle migrazioni altaresi era la vicina Provenza. Qui troviamo la famiglia *Ferro* (forse veneti?) che, alla produzione di prodotti di uso comune come boccette e contenitori vari, accostavano oggettistica di pregio con decorazioni eseguite con smalti policromi e sperimentano nuove colorazioni del vetro “à la façon de Venise”, tecnica che in Francia era già conosciuta fin dal XI secolo.

Sempre nel '400 alcuni membri della famiglia altarese Bormioli vennero indicati in Provenza (Avignone, Bras), in Linguadoca e in Normandia.

Le migrazioni verso la Francia del '500 furono anche favorite dai Signori di Altare che, per matrimonio, erano imparentati con nobili francesi. Nel 1536 il nobile Federico II di Gonzaga (Duca di Mantova) sposa Margherita Paleologo del Marchesato di Monferrato e per dote, acquisisce anche Altare. Nel 1565 il figlio Luigi, per matrimonio con la francese Enrichetta di Clèves diventa il Duca di Nevers (Francia).

Molti artigiani altaresi saranno così chiamati a Nevers e a Orleans, i quali diverranno ben presto i più i famosi centri di arte vetraria in Francia. Tra la fine del 1500 e l'inizio del 1600 in queste zone verranno prodotti i primi manufatti in cristallo con le nuove colorazioni: topazio, smeraldo, giacinto, acquamarina. Le fornaci di Nevers saranno anche ricordate per le produzioni di vetro che richiamano, per colorazione e compattezza, le pietre come il diaspro, l'agata e il calcedonio.

3.4.2. Vetrai altaresi famosi in Francia

Nel 1662 il vetraio altarese *Giovanni Castellano* ottiene da Luigi XIV. l'autorizzazione di produrre oggetti di sua invenzione e la possibilità di mantenere il segreto dei procedimenti operati.

Un altro altarese, *Bernardo Perotto* che in Francia riuscirà a produrre il vetro rosso e il vetro bianco latte simile alla porcellana, nel 1670 riesce ad attuare un nuovo procedimento per

realizzare lastre di vetro (o vetro piano) di grandi dimensioni: il processo “per colata”³³. Questo procedimento rimarrà tale fino al 1920 quando verranno utilizzati altri sistemi più innovativi e, nel 1960 con l’inglese *Pilkington* si arriverà al *float-glass*.

Per questa invenzione, nel 1688 il Perotto ottenne da Luigi XIV , “Re Sole”, il brevetto esclusivo ed altri privilegi. Ma tutto ciò durerà poco poiché in seguito, si favorirà il lavoro degli artigiani francesi e, in cambio di una pensione a vita, Il Perotto non potrà più lavorare.

Altri maestri altaresi si troveranno in Bretagna e a Poitou, conosciuti per essere riusciti a produrre la “porcellana di vetro” ed altre sperimentazioni con la ceramica.

3.4.3. Paesi Bassi (*Fiandre, Liegi, Anversa, Chimay, Mons*)

Nel 1400 altri membri della famiglia *Ferro*, (che cambieranno il nome in “*de Ferry*”) dirigevano insieme ai francesi de Conet una vetreria a Leeners. Saranno loro ad introdurre la lavorazione “à la façon de Venise”.

3.4.4. Inghilterra

Nel 1504 l’altarese *Nicola Grenni* partecipa alla fabbricazione delle vetrate della Cattedrale di Norwich.

Nel 1630 alcuni vetrai altaresi, tra cui i *Dagna*, fondarono a Bristol la prima vetreria. I figli *Dagna* si trasferirono poi a Newcastle e furono i primi ad introdurre la lavorazione al piombo sviluppando lo stile conosciuto come “Newcastle”.

Un altro altarese da ricordare è sicuramente il *Da Costa* che, intorno al 1673, insieme al muranese *Vincenzo Rossetto* ha contribuito all’invenzione del cristallo piombico o “flint-glass”³⁴, la cui paternità però riconosciuta al direttore della fornace, George Ravenscroft. Questo tipo di cristallo purissimo adatto all’intaglio a ruota, predominerà nel gusto per gran parte del XVIII secolo, segnando in Europa il tramonto del fenomeno artistico-espressivo noto come “*façon de Venise*”.

³³ **Processo per colata o tecnica della colatura (1670 ca.).** La massa di vetro fuso colata su una superficie liscia, uniformante appiattita da un rullo, ottenendo specchi e lastre di dimensioni più ampie rispetto a quelle consentite fino ad allora con la tecnica “per soffiatura”.

³⁴ **Flint-glass:** cristallo purissimo adatto alle decorazioni ad intaglio prodotto alla ruota, realizzato di ossido di piombo alla miscela vetrificabile, in percentuali maggiori rispetto ad altre lavorazioni.

3.5. La Façon d'Altare

Semplificando, si potrebbe dire che la “*Façon d'Altare*” risulta nel complesso meno barocca di quella veneziana e predilige linee e forme più sobrie ed essenziali.

Il vetro “*à la façon d'Altare*” si può definire un “vetro pregiato d'uso comune” sicuramente diverso da quello lussuoso alla veneziana ma più prezioso di quello ordinario.

In Francia i vetri “alla veneziana” venivano chiamati “*les verres extraordinaires*” e, per capire meglio le due metodologie, si potrebbe mettere a confronto i tipici calici muranesi dell'epoca, “a corpo di serpente” e “a fiori”, che concentravano sullo stelo del bicchiere questi elaborati e complessi ornamenti e i bicchieri dei maestri vetrai altaresi, dove queste decorazioni non appaiono, risultando quindi meno articolati ma comunque raffinati.

3.6. La Produzione di Altare

La produzione che ha caratterizzato Altare fin dalle origini è certamente quella del vetro d'uso comune ma sempre, con quel tocco di originalità e personalizzazione che permettesse di riconoscere il lavoro dei vetrai altaresi. Anche se, documenti del passato, ci mostrano che gli altaresi si occupavano di produrre vasi alla “pisanesca” (fino alla metà del '400) e bicchieri alla veneziana (tra il 1450 e il 1500).

Solo nel XV secolo vengono redatti inventari che permettono di individuare lunghi elenchi di prodotti in vetro per così dire preindustriali. Le tipologie di prodotto che hanno sempre caratterizzato la produzione altarese riguarda il manufatto “bicchiere”.

Si possono evidenziare molte particolari lavorazioni sul “bicchiere”, realizzato con o senza piede; oppure ornato con un filo azzurro lungo il bordo; i bicchieri da osteria; i bicchieri per usi medici ecc. Accanto ai bicchieri compaiono la bottiglia coordinata e servizi di calici con gambo, fino a produrre svariati modelli e forme sempre in correlazione con il bicchiere.

Riguardo alla colorazione, le bottiglie venivano soprattutto realizzate in vetro scuro per favorire la conservazione del vino. Come si vedrà in seguito anche per Empoli e Piegaro, una bottiglia tipica della produzione altarese è la bottiglia della gazzosa che appare in catalogo già a partire dal 1913 e fino al 1938.

Poi piatti, alzate, pesta carne, strumenti enologici e molti altri oggetti di uso comune e domestico.

Per quanto riguarda il manufatto artistico, dato il fatto che il lavoro venisse principalmente organizzato ed eseguito da maestranze anonime, non si riscontrano attribuzioni a un singolo maestro vetraio se non dopo il 1900. Seppur minore, esiste tuttavia una produzione di pezzi unici risalenti al XVI secolo, attribuiti ai maestri altaresi migrati in Francia e, più precisamente a Nevers, dove si producono soprattutto oggetti decorativi.

3.7. La famiglia Bormioli

Una famiglia strettamente legata ancora oggi alle sorti del vetro di Altare, è la famiglia Bormioli, che dalla fine del '800 ad oggi annovera parecchi nomi illustri.



Alte Vitrie

Costantino Bormioli (1876-1934) uno dei massimi artisti europei del Novecento. Le sue opere hanno uno stile classico e sobrio ma allo stesso tempo, raffinato. Sulle influenze dell'”Art Nouveau” realizza un vaso blu con l'introduzione di fili sottili armoniose linee ondulate.

Profondo conoscitore della composizione del cristallo pesante, dei vetri al boro ad alta resistenza chimica si cimentava in ogni tipo di ricetta per formare nuovi colorazioni. Nel celebre vaso blu le onde sinuose che lo decorano sono state realizzate con l'avventurina rossa. Questo magnifico vaso divenuto uno dei simboli del Museo di Altare.



Mariateresa Chirico (a cura di) "Il Museo dell'Arte Vetraria Altarese" catalogo

Cimbro Bormioli (1880-1961), fratello di Costantino. A caratterizzarlo è la sperimentazione di nuove tecniche rivolte alla colorazione del vetro. Nelle forme dei suoi vasi imita il bronzo con ricette di sua sperimentazione rimaste un suo segreto. Crea un vetro opale decorato a smalti policromi che sembra maiolica, assolutamente non trasparente e “pesante”.

Isidoro Bormioli: nato ad Altare nel 1914. Allievo di Costantino Bormioli. Tra il 1938 e il 1939 va a lavorare in Grecia ed espone con successo all'Esposizione Universale di New York nel 1939. Dopo la seconda guerra mondiale, nel 1947 fa parte del primo gruppo che salpa per l'Argentina. Nel 1952 rientra in Italia e dal 1956 lavora in Toscana e in Colle Val d'Elsa (vicino Empoli) dove realizza originali brocche a becco d'oca. Rientra in Liguria nel 1974, e tra 1980 e il 1982 dirige la scuola del vetro di Altare.

Oggi di Isidoro Bormioli, nel Museo si possono ammirare molti manufatti in color giallo-ambra e la famosa coppa di vetro bianco sottile con l'inserimento di una sfera colorata nel gambo. Questa coppa è l'esatta riproduzione dell'esemplare che a Venezia conseguì il secondo premio alla manifestazione "Littoriali del Vetro" nel 1942.

Romolo Bormioli: (1896 – 1950). Famoso per aver ideato la macchina che produceva le biglie necessarie a chiudere le bottiglie di gazzosa; creò nuovi e originali ferma-carte dove il vetro trasparente avvolgeva materiale refrattario, con l'aggiunta di disegni o nomi impressi in rilievo.

Sandro Bormioli: (1937 – 2003) "I vetri di Sandro Bormioli" propongono una serie di pezzi unici creati nel suo piccolo laboratorio di Altare dove realizzò oggetti facendo uso della tecnica della vetro fusione e del vetro pirex³⁵.

Ancora oggi il figlio Costantino (nato nel 1968) continua la sua opera nel piccolo laboratorio di Altare.



³⁵ **Pirex o Pyrex.** Nome commerciale del vetro borosilicato. È un materiale robusto, noto per le sue qualità di resistenza agli sbalzi termici e per il suo basso coefficiente di dilatazione (wikipedia)

3.8. XIX Secolo: il processo di industrializzazione

Ad Altare come a Murano, il passaggio al sistema di lavoro industriale si velocizzerà con l'abolizione delle corporazioni di mestiere che aveva coinvolto tutta Europa tra la fine del XVIII secolo e la prima metà del XIX, proprio a seguito della rivoluzione industriale. La garanzia di maggiori volumi produttivi e un rapida espansione dei mercati segnava il tramonto del tradizionale sistema corporativo. Viene così soppressa l'”Università dell'Arte Vitrea” e il Consolato dell'Arte Vetraria di Altare (1823).

Tra il 1836 e il 1838, anche le lavorazioni delle lastre “alla veneziana” prodotte ad Altare, vengono sostituite da quelle “alla tedesca”, più economiche.

È in questo periodo che inizia un'altro esodo di vetrai altaresi, questa volta però verso l'America Latina, oltre che in varie località italiane.

I Maestri vetrai altaresi non si arresero e pensarono che per risollevarle le sorti dell'industria vetraria di Altare e allo stesso tempo garantire una nuova organizzazione e migliori condizioni di lavoro, una soluzione potesse essere associarsi. Nasce così nel 1856 la S.A.V. (Società Artistico-Vetraria Anomina Cooperativa), la prima forma italiana di autogestione operaia.



3.9. Nascita della S.A.V. (Società Artistico-Vetraria Anonima Cooperativa)

La Società Artistico Vetraria di Altare nasce la notte di Natale del 1856, in onore dell'antica tradizione in cui la notte di Natale venivano eletti i Consoli dell'Arte Vitrea.

Si procedette quindi alla messa a punto dello Statuto, composto da 98 articoli e alla sottoscrizione della "Società in partecipazione", prevista dall'allora vigente Codice Albertino che non prevedeva la costituzione di una cooperativa.

Al compimento del suo primo anno di vita, nel 1857, la S.A.V. espose a una mostra in ambito locale a Savona. Poi, nel 1881, compì un salto qualitativo con la partecipazione all'Esposizione Nazionale di Milano, dove ricevette la Medaglia d'Oro. Tra la fine del 800 e l'inizio del '900 la S.A.V. ottenne vari premi e riconoscimenti a carattere nazionale fino al 1937 con la partecipazione alla *Exposition Internationale des Art set Techniques dans la vie moderne* a Parigi in cui esporrà *Céramique, verrerie, cristallerie*.

Nel biennio 1878-1879 le fornaci del territorio di Altare si riunirono in un unico stabilimento situato all'ingresso della cittadina, con una superficie di 7380 mq e con impianti industriali sempre al passo con le nuove scoperte tecnologiche di fine '800.



3.9.1. L'organizzazione di lavoro e la produzione in S.A.V. dalla sua nascita (1856) al fallimento (1978)

La struttura operativa rimane la “piazza”³⁶ ma, assume una nuova fisionomia dovuta al fatto che è ora necessario coordinare il lavoro tra più maestri vetrai quindi più piazze.

Le “piazze” principali sono tre: quella dedicata alla produzione di vetri artistici e alla farmochimica, composta da due *maestri*, due *terzi*, un *puntellatore* e due *garzoni*³⁷; la seconda, che si dedica allo stesso settore della prima ma di dimensioni minori; infine la piazza cosiddetta “bastarda” pronta per supplire all'ultimo minuto alle diverse esigenze della produzione. Si aggiungono poi ulteriori “piazze” con compiti specifici. Nonostante prevalga il lavoro manuale, la produzione è strutturata con criteri di tipo industriale e diversi sono i settori all'interno dell'azienda.

Con la S.A.V. nasce la *soffiatura a stampo* che permette, in tempi ristretti, la produzione di grossi quantitativi di manufatti.

Una parte della grande fabbrica era quindi dedicata alla produzione di stampi in ghisa, ferro, acciaio (tranne quelli in legno che vengono realizzati altrove e che necessitano di una regolare e particolare manutenzione).

A fine '800 verranno poi realizzati stampi in cemento e amianto destinati alla produzione di oggetti artistici in vetro opalino e vetro trasparente colorato.

La particolarità e il pregio di S.A.V. era di saper realizzare oggetti fatti a mano con l'utilizzo dello stampo, avvalendosi di una organizzazione lavorativa industriale di tipo tayloriano. Si potrebbe azzardare, che quanto fatto in S.A.V. fossero dei primi esperimenti di “protodesign”.

Già nei primi decenni del '900 la S.A.V. era una vera e propria unità produttiva integrata.

Il periodo tra il 1910 e il 1930 fu il periodo più fiorente, che vide oltre 700 persone addette alla produzione. Essa consisteva quasi esclusivamente in articoli di uso comune e per laboratori chimico-farmaceutici, ma non veniva trascurata la lavorazione artistica di famosi maestri come Oreste Saroldi e Costantino Bormioli. In campo artistico, particolare attenzione fu posta anche all'arte incisoria e dell'arrotatura.

³⁶ **La Piazza in S.A.V.:** *i vari maestri possono avere differenti specializzazioni. In particolare si distinguono in soffiatori e apritori che modellano e rifiniscono la bocca. L'apritore di solito è il responsabile della produzione. Nella piazza dei calici ad esempio c'è un altro maestro: quello che completa l'oggetto attaccando il piede o il gambo. I terzi, chiamati così probabilmente perché occupano il terzo posto nella scala gerarchica dopo l'apritore e il soffiatore. Essi hanno il compito di formare il primo nucleo di vetro da raffreddare e fare la levata di giusto peso. I garzoni sono la manovalanza che hanno il compito di aprire e chiudere gli stampi, passare gli strumenti, mettere gli oggetti nei forni. Infine i puntellatori che hanno il compito di trasferire l'oggetto sul banco dell'apritore dopo averlo staccato dalla canna da soffio e averlo attaccato al puntello.* (tratto dal catalogo del Museo dell'Arte Vetraria Altarese).

³⁷ **Garzone.** Colui che preleva la pasta vitrea dl forno e la passa al soffiatore che veniva chiamato anche “boffatore” (dal verbo “buffare”).

In Liguria abbiamo anche la figura del “tizzatore” che non troviamo in altri distretti

Durante la seconda guerra mondiale la vetreria si adeguò al periodo, realizzando tutto ciò che non era possibile produrre con altri materiali perché non disponibili.

I vetrai erano esentati dall'andare al fronte e potevano continuare, per quanto possibile, la loro attività.

Con il dopoguerra inizia però una lenta decadenza che si protrarrà fino agli anni sessanta, dovuta principalmente all'introduzione dell'automazione e alla forte concorrenza soprattutto in campo chimico-farmaceutico, settore che aveva sempre ricoperto un ruolo molto importante nella produzione.

Per quanto riguarda il **settore artistico**, dopo il secondo dopoguerra, l'architetto altarese Teobaldo Rossigno progetta per la S.A.V. una serie di oggetti che saranno poi eseguiti dai maestri vetrai Giuseppe Bormioli e Renato Bormioli a partire dal 1953 fino agli anni '70.

Questa collaborazione favorirà la messa a punto della ricetta per il vetro opale.

Il 28 aprile del 1978 la S.A.V. dichiara fallimento. Viene subito acquistata da Angelo Masserini che però, per mancanza di contributi necessari per un ammodernamento dei macchinari, non riesce a rilanciarla e la società, nel 1992, fallisce. Dal 1994 la S.A.V. viene acquistata dalla Vetreria Etrusca di Montelupo Fiorentino che tuttora opera a livello industriale con due vetrerie.

Oggi ad Altare non ci sono più fornaci operative se non la fornace del giardino di Villa Rosa presso il Museo del Vetro, che viene utilizzata durante gli eventi, a scopo didattico e a prenotazione per dimostrazioni private. A livello artistico, due soffierie (Costantino Bormioli e Raffaello Bormioli) e alcune botteghe artigiane, continuano a mantenere viva la tradizione altarese utilizzando tubi di vetro borosilicato (chiamato comunemente pirex) di varie dimensioni e spessori o di canne riscaldate da gas propano e ossigeno per ricreare i 1400° richiesti per la fusione del vetro, che viene lavorato con la canna da soffio o a mano libera. Le attività attualmente ancora operative sono: "I Vetri di Sandro Bormioli" in mano al figlio Costantino che realizza oggetti in vetro fusione e gioielli, la Soffieria Artistica Amanzio Bormioli e la bottega di Vanessa Cavallaro che, dal 1993 ha recuperato la tradizione locale dell'incisione alla ruota.



3.9.2. *Le migrazioni in altri Continenti*

Già negli anni Trenta del 1900 iniziano le prime emigrazioni verso il Sud America: Buenos Aires, Montevideo, Rio de Janeiro e Lima.

Nel 1942 l'altarese Diego Mirengi fondò in Eritrea la prima vetreria nell'Africa Orientale la "Sava Mirengi". Successivamente, nel 1950 fondò un'altra vetreria in Kenya (allora protettorato britannico). Tra gli anni Sessanta e Settanta del 1900 fondò altri stabilimenti in Uganda, Tanzania ed in Libano.

Nell'immediato dopoguerra, vi è un'altra migrazione importante verso l'America latina.

Nel 1947 quattordici maestri vetrari partirono per l'Argentina e fondarono vetrerie a San Jorge e a Santa Fé. Alcune di queste, come le varie sedi della Cristalleria "San Carlos", sono ancora oggi attive mentre la vetreria "La Liguria" ha cesato l'attività nel 1994.

Nel 1952 i fratelli Conte di Altare fondarono a Recife in Brasile la *Cristaleria Zatto* attiva anche nel settore metallifero. Nel 1958 la Vetreria Zatto è ceduta alla *Vidraria Norte Brasil*, che ancora oggi come *Companhia Industrial de Vitros* è la più grande impresa del settore, specializzata nella produzione di contenitori per l'industria farmaceutica, alimentare e bevande.



■ Il gruppo T.O.V.A. in partenza da Genova l'8 settembre 1947/T.O.V.A. group leaving from Genoa, September the 8th 1947

3.10. I.S.V.A.V. (Istituto per lo Studio del Vetro e dell'Arte Vetraria) e il Museo dell'Arte Vetraria Altarese

Nel 1982 nasce l'”Istituto per lo Studio del Vetro e dell'Arte Vetraria” con l'obiettivo di recuperare, preservare e valorizzare il patrimonio artistico-culturale della tradizione vetraria di Altare. Vengono recuperati manufatti in vetro dal museo privato creato dalla S.A.V negli anni 1930-40 e salvati dopo il fallimento nel 1978.

Oltre alle opere in vetro, frutto dei migliori maestri vetrai della S.A.V. vennero recuperati documenti cartacei quali diplomi, antiche pubblicazioni scritte da autori locali, registri delle manovalanze e delle produzioni, quadri, busti, raffiguranti i fondatori e soci nella Società Artistico Vetraia.

Dopo alcuni anni di permanenza in un locale di via Rosa (1984-1991) nel 1991 gli oggetti vennero trasferiti nell'antico oratorio di San Sebastiano, dove nacque il primo “museo”.

Nello stesso anno il Comune di Altare cedette alla fondazione tutti i vetri ancora presenti nei magazzini della SS Annunziata, quelli esposti in via Roma e i vetri della produzione legata alla chimica, che erano stati acquistati dal Comune.

Nel 1995 iniziarono i lavori di restauro di Villa Rosa, individuata come l'unica sede adatta ad ospitare il patrimonio della storia vetraria di Altare.



3.11. “Villa Rosa”, sede del Museo

Edificio liberty di inizio ‘900, costituiva un vero e proprio *status symbol* della borghesia industriale locale, sia per quanto concerne lo stile sia per la tipologia della villa di campagna.

Di proprietà di Monsignor Giuseppe Bertolotti parroco del paese dal 1869, come Villa Agar (oggi Casa di Riposo per Anziani) è un’opera dell’architetto Nicolò Campora.

Villa Rosa (così chiamata in onore della madre, Rosa e, della sorella Rosalia che l’abitò per pochi anni) fu costruita nel 1905 in una zona precedentemente destinata a vetreria, e occupa una superficie di circa 1650 mq, con annesso un ampio giardino.

La villa conserva a tutt’oggi alcuni elementi di arredo originali tipici di inizio Novecento.

Termosifoni, pareti ed infissi sono decorati con oggetti floreali di colori diversi in ogni stanza. Anche i soffitti, i pavimenti e le vetrate sono tipicamente in stile Liberty e, rendono armonioso e luminoso l’ambiente.

Nel 1986, viene acquistata dal Comune che decide di adibirla a Museo del Vetro.

Successivamente, nel 1992, il Ministero per i Beni culturali e ambientali l’acquistò dal Comune garantendo all’istituzione museale una prestigiosa sede, adatta ad accogliere un patrimonio socio-culturale di fondamentale importanza per tutta la comunità.

Nel 2004 Villa Rosa apre le sue porte al pubblico.

Al suo interno, di notevole importanza è la Biblioteca specializzata, conosciuta sia a livello nazionale che internazionale. La Biblioteca, raccoglie i documenti recuperati dalla S.A.V., e le pubblicazioni italiane e straniere riguardanti il vetro in tutte le sue forme, ricevute grazie alla rete di contatti venutasi a creare nel corso degli anni.

Il Museo dell’Arte Vetraria di Altare conserva un patrimonio limitato di poco più di un secolo e l’esposizione del Museo non comprende tutta l’arte altarese. Infatti, gran parte degli oggetti artistici realizzati da mastri vetrai altaresi tra il XIII e il XVI sono esposti nei musei europei.

L’esposizione comprende però oggetti realizzati all’inizio del ‘900 dal maestro vetraio Costantino Bormioli che ha lasciato diverse testimonianze in stile modernista.

Al Museo è custodito quanto rimaneva delle attrezzature ancora disponibili nei locali della fornace che, unite ai reperti antecedente raccolti, ha permesso di installare una interessantissima sezione dedicata ai primi macchinari e agli strumenti del maestro vetraio.

Un’altra sezione è dedicata a quanto era stato ancora conservato nella sala delle Assemblee della S.A.V.: arredi, lapidi, busti e soprattutto, i blasoni dipinti nella sala delle Assemblee rappresentanti le famiglie da cui era composta la cooperativa vetraria.

Ampio spazio è dedicato all'importante migrazione in America Latina nel 1947 con foto e opere provenienti dalla vetreria altarese di *San Carlos* (Argentina) dove, al cristallo pesante finemente decorato con colori accesi come il blu e il rosso viene accostato l'elemento nativo del popolo indigeno Chiriguano³⁸ reinterpretando i “cacharros”³⁹ indigeni

Il Museo è inoltre arricchito da donazioni arrivate da ogni parte del mondo e che documentano la tradizione vetraria di Altare.

Nei Giardini di Villa Rosa si è ricreato una “piazza” di maestri vetrai.

Vi è stata installata una fornace che comprende due forni fusori, un forno di tempera, gli antichi strumenti che utilizzavano i maestri vetrai e le tempere necessarie per la cottura degli oggetti soffiati. Si possono osservare diversi stampi per la lavorazione del vetro e attrezzi vari usati ancora oggi per la produzione vetraria.

Dal 2000 la fornace per la lavorazione del vetro soffiato viene utilizzata per dimostrazioni didattiche e durante eventi celebrativi. Un appuntamento fisso è nel giorno della fiera di San Martino quando si rievoca la “messa del fuoco” ovvero l'antica cerimonia di accensione dei forni che dava inizio alle attività di produzione del vetro. Oppure l'annuale appuntamento estivo (Luglio o Agosto) “Altare Glass Fest”, che richiama molti curiosi anche dalla costa.

A integrazione alla visita museale e su prenotazione è spesso possibile vedere i maestri vetrai al lavoro.



³⁸ **Chiriguano**: popolo nato dall'integrazione tra Guarani e Chané.

³⁹ **Cacharros** : bricchi e recipienti di terracotta o ceramica, le cui linee stilistiche decorative seguono la tradizione del popolo Chiriguano, nato dall'integrazione tra Guarani e Chané.

3.12. Le proposte di “Glass Tourism” per Altare: una nuova OFFERTA

La storia del vetro di Altare fin qui descritta, “*content*” centrale di “Glass Tourism”, e la precedente analisi dei punti di forza e di debolezza della destinazione permettono di ipotizzare alcune combinazioni di pacchetti turistici, sia orientati verso l’esiguo target esistente, sia per intercettare nuovi target collaterali presenti nel territorio.

Oltre alla difficoltà riscontrata per raggiungere Altare se non con mezzi proprio o a noleggio, il piccolo borgo non dispone di strutture ricettive a sufficienza per poter costruire delle **offerte con incluso il soggiorno**, che verrà quindi prioritariamente proposto al **turista “motivato”** (studioso, ricercatore, studente,...) che si reca ad Altare per motivi di ricerca e di studio e che necessita di essere il più vicino possibile al Museo e alla biblioteca.

Il turista “motivato” potrà soggiornare nelle piccole strutture ricettive attrezzate anche per il servizio ristorante di pensione completa o mezza pensione, o in appartamenti o B&B del centro storico di Altare.

Per il **turista occasionale o casuale** si può pensare ad uno o due pernottamenti ad Altare oppure la semplice escursione giornaliera e abbinare alla esperienza al Museo del Vetro le seguenti esperienze che offre il territorio: l’esperienza naturalistica con passeggiate e trekking attraverso la Val Bormida ad esempio; itinerario sport + cultura con i numerosi itinerari biking disponibili e le bellezze storico-culturali che i borghi montani con vista sul mare offrono. Combinazioni di percorsi itineranti quindi alla scoperta di un’altra Liguria, più intima.

Molto interessante per il turista “fai da te” è la guida online “Savona & dintorni” che si può scaricare gratuitamente da App Store e Google Play che include tutto il territorio della Val Bormida e suggerisce la visita di Altare e del Museo del Vetro.

In base al periodo dell’anno prescelto si possono abbinare alla visita al Museo le seguenti offerte.

Offerta culturale: oltre al MAV (Museo Altarese del Vetro) il Museo della Ceramica di Savona. La **Val Bormida** poi propone i “Musei della Valle”: il Museo del Corpo degli Alpini e il Museo Barilli a Calcare; il Museo della Bicicletta a Coseria; la mostra Antropologica degli Antichi mestieri a Bardineto; il Museo Napoleonico e la Mostra “Uomini dei Monti, archeologia e antropologia del territorio valbormidese a Millesimo; il Museo “c’era una volta” a Riofreddo; il Museo del Legno a Mallare e il Museo dei paramenti sacri a Bormida.

Spingendosi verso la costa o un po’ più distante, di particolare interesse sono le aree archeologiche di Ventimiglia (IM) o di Luni (SP); il Palazzo Reale ed i Musei di Genova; le fortezze, ville e palazzi sparsi in tutto il territorio ligure.

Per quanto riguarda l'**offerta balneare e/o leisure**, luoghi di possibile provenienza o da visitare possono essere Genova con l'acquario, più grande d'Europa; San Fruttuoso, Portofino, Portovenere e le Cinque Terre o, verso ovest fino a Montecarlo, Nizza e Cannes.

Ampia è l'**offerta naturalistica** del territorio: La Val Bormida propone: La Riserva Naturale Regionale dell'Adelasia e l'Oasi Faunistica di Rocchetta nel Comune di Cairo Montenotte; il Parco Naturale Regionale di Bric Tana e della Valle dei Tre Re a Millesimo; il Parco Naturale Regionale di Piana Crixia; l'Area Naturalistica del Rio Parasacco di Cengio; l'Area Protetta del Lago di Osiglia; l'Area Wilderness del Monte Camulera di Murialdo e l'Area Naturalistica Collina del Dego a Dego.

Ad Altare esiste già un turismo destinato all'escursionista naturalistico che passa per il borgo del vetro ligure percorrendo "l'Alta Via" dei Monti Liguri: un percorso a piedi di 440 km da Ventimiglia a Ceparana. Una bellissima passeggiata tra costa ed entroterra, tra praterie e boschi che guardano il mare.

Infine, l'**offerta gastronomica** della Liguria è molto ricca ma, per il progetto "Glass Tourism" ricordiamo, il particolare, la specialità di Altare: il *riso al cagnon* (specialità più piemontese che ligure ma Altare è proprio a pochi metri dal confine regionale con il Piemonte) o riso in latte che era il tipico cibo del vetrario altarese.



Villa Rosa – Museo del Vetro di Altare

CAPITOLO 4. Empoli e il Vetro Verde

Come accennato, al termine della *site inspection* ad Altare, il 18 gennaio 2020 mi sono recata a Empoli dove avevo appuntamento con la Professoressa Stefania Viti⁴⁰, storica del vetro direttamente impegnata sul progetto e nella realizzazione del MUVE (Museo del Vetro di Empoli) per quanto concerne la ricerca storico-documentaria, lo studio del percorso espositivo, la ricerca e la selezione dei pezzi in esposizione.

Prima del sopralluogo al Museo abbiamo visitato insieme il centro storico della città e le attrattive storiche, artistiche e culturali di Empoli. Al MUVE ho incontrato poi la Dott.ssa Stefania Terreni⁴¹ in veste di Vice Presidente dell'Associazione Amici del MUVE, responsabile della promozione e della realizzazione di iniziative e attività volte di valorizzazione del museo.

Al fine di approfondire gli aspetti più esperienziali di una possibile offerta turistica, e grazie alla disponibilità delle mie referenti, ho avuto la possibilità di incontrare il maestro vetraio in pensione Sig. Francesco Terreni⁴² specializzato nella creazione ed esecuzione di lavori artistici in vetro verde, vetro colorato e cristallo.

Da questi interessantissimi incontri sono emersi ampi spazi di valorizzazione turistica del locale distretto del vetro che si configurano come ideali elementi del progetto di “Glass Tourism”, ben inseriti nel territorio e indirettamente collegati a un altro segmento in auge negli ultimi tempi – l’enogastronomia - con la storia del fiasco, manufatto in vetro verde che per la sua forma e utilizzo è conosciuto in tutto il mondo.

4.1. Dall’invenzione del vetro a quella del fiasco

L’invenzione del vetro, viene attribuita agli Egizi, ai Fenici o ai popoli del medio Oriente che nel I° secolo a.C. vivevano in quell’area.

Un’antica leggenda racconta che la scoperta del vetro avvenne casualmente, quando un gruppo di mercanti di panni di soda diretti a Sidone (sud dell’odierno Libano) si fermarono per la notte tra le dune sabbiose e accesero il fuoco con delle rocce che trovarono tra la sabbia, un po’ di

⁴⁰ **Prof. Stefania Viti Pagni.** Per il MUVE (Museo del Vetro di Empoli) cura le mostre temporanee che periodicamente si svolgono nel museo; svolge attività di studio e promozione della cultura vetraria empolesse attraverso la partecipazione a convegni e a manifestazioni dedicate alle arti e all’artigianato; si è occupata della formazione professionale nel settore vetro sia per quanto riguarda la qualificazione del personale operante nelle vetrerie sia per aspiranti addetti alla lavorazione del vetro. Attualmente riveste il ruolo di Presidente dell’Associazione Amici del Muve ed è membro dell’*Association Internationale pour l’Histoire du Verre* - Comitato Italiano.

⁴¹ **Stefania Terreni.** È stata responsabile dell’Archivio Storico del Comune di Empoli e in detto ruolo è stata referente e coordinatrice di tutte le attività messe in opera e finalizzate alla realizzazione del Museo del Vetro di Empoli.

⁴² **Francesco Terreni.** Specializzato nella creazione ed esecuzione di lavori artistici in vetro verde, vetro colorato e cristallo; ha lavorato a fianco di designer e su loro disegno. Partecipa ad iniziative culturali di promozione e di valorizzazione della lavorazione del vetro artistico di Empoli.

legna e alcuni panni di soda del loro carico. Grazie anche al forte vento che alimentò per tutta la notte il fuoco, l'indomani trovarono tra la legna consumata, delle perline dure, trasparenti e luccicanti. Inconsciamente questi mercanti avevano mescolato quelli che sono, ancora oggi, gli ingredienti di base per produrre il vetro: il fuoco con una combinazione di sabbia di silice, il carbonato di calcio delle rocce e la soda.

La lavorazione del vetro nel territorio del Medio Valdarno risale al Medioevo. Dalle colline della Valdelsa fiorentina, in cui ebbe origine intorno al XIII secolo, si spostò poi a valle, nelle più importanti città della Toscana. I primi artigiani del vetro dei villaggi di Montaione e Gambassi in Valdelsa trasmisero così le loro tecniche di lavorazione del vetro per usi *comuni* e di uso quotidiano (bicchieri, ampolle, recipienti di varie misure) in una vasta area della Toscana.

Come in Valdelsa, anche in Valdarno dove si trovano Empoli e Montelupo, altri centri di produzione del vetro sorsero in prossimità dei boschi per il facile reperimento della legna necessaria per alimentare i forni ad alte temperature.

Nelle città di Empoli e Montelupo la lavorazione del vetro è documentata a partire dal XV secolo e, furono proprio *fiasciai* e *bicchierai* provenienti da Montaione e Gambassi a introdurre a Empoli questa attività che sarà esercitata anche nei secoli successivi.

I “mastri” vetrai di queste zone venivano chiamati *fiasciai* e *bicchierai* perché la produzione di allora si concentrava a realizzare prodotti di largo consumo “comune” come appunto bicchieri e recipienti per contenere il buon vino di quelle zone: i fiaschi.

Parallelamente alla produzione vetraia, nelle vallate dell'Arno e dell'Elsa, nel 1300 nascono i rivestitori o meglio, le rivestitrici di fiaschi che utilizzavano un'erba palustre di queste aree. Botanicamente quest'erba è la *Typha Latifolia*, ma è comunemente chiamata *sala* oppure *stiancia*.

L'attività di “rivestizione”⁴³ dei fiaschi era quasi esclusivamente svolta dalle donne, le *fiascaie* che svolgevano questo lavoro, mal retribuito, al proprio domicilio o, in locali dedicati dove lavoravano in gruppo. L'artigianato locale del vetro impagliato dette così vita, a partire dalla fine dell'Ottocento e poi nel corso del Novecento, a varie imprese di “rivestizione” della quale oggi rimane una labile traccia. Il fiasco impagliato si diffuse ben presto in tutto il territorio italiano e molti pittori, scrittori e poeti lo celebrarono nelle loro opere. Nasce così il recipiente toscano per il vino, più celebre e famoso nel mondo: il Chianti.

⁴³ La **rivestizione o impagliatura** viene fatta con striscioline di erba palustre chiamata botanicamente *Typha* e usualmente sala bianca, essiccata e disposta dalla fine del 1800 in senso verticale per i fiaschi ad uso *Chianti* e con l'aggiunta di altre striscioline di paglia sulle fasce laterali per l'imbottigliamento delle acque termali (*Montecatini*). I fiaschi *Toscanelli* sono invece realizzati con una base rinforzata con *salicchio* (paglia di scarto); erano utilizzati per l'esportazione di vino di qualità.

4.1.1. Il Fiasco Toscano

Se all'inizio, il fiasco toscano deve il successo all'originalità della sua forma, in seguito diventa il simbolo del celebre vino in esso contenuto prodotto in Toscana e famoso in tutto il mondo.

Nei secoli XV, XVI, XVII il fiasco è stato oggetto di particolari disposizioni legislative. Le più importanti sono le seguenti.

- Nel 1574 ne viene fissata capacità del fiasco a 2,280 Litri.
- Nel 1579 viene applicato un bollo alla rivestitura del fiasco per garantirne la capacità.
- Nel 1591, data la scarsità della vendemmia di quell'anno, si vieta l'esportazione del vino sia in fiaschi che in altri recipienti.
- Dal 1629 è obbligatorio apporre un bollo in vetro sul collo del fiasco a garanzia della sua capacità.
- Nel 1700 iniziano le esportazioni del vino in fiaschi e il fiasco viene indicato quale recipiente idoneo all'invecchiamento del vino.
- Nel 1800 si rinforza il recipiente per renderlo idoneo alla tappatura con il sughero.
- Nella seconda metà dell'800 viene realizzato un tipo di fiasco più solido e resistente, adatto alle esportazioni in tutto il mondo.

Oggi il fiasco è un recipiente unico e inconfondibile che rappresenta la tradizione e il buon vino italiano. Infatti, per legge (art. 31 D.P.R. 12 Febbraio 1965) può contenere solo vini D.O.C. (di denominazione di origine controllata).



4.2. Storia di vetro di Empoli: gli inizi

L'origine dell'attività vetraria a Empoli risale ai primi decenni del XV secolo. Fu introdotta da maestri vetrai originari della Valdelsa, più precisamente di Montaione e di Gambassi, dove la produzione del vetro (bicchieri, fiaschi) era già presente dalla seconda metà del Duecento.

All'inizio del XIV secolo molti vetrai dalla Valdelsa iniziarono a emigrare verso Firenze, Pisa e Empoli, centri urbani in fasi di sviluppo demografico, dove la richiesta di oggetti in vetro per uso comune diventava sempre più ingente.

L'area della Valdelsa disponeva già di vie di comunicazione importanti (via Francigena e via Volterrana, tracciate in epoca romana) che favorivano il movimento di uomini e il trasferimento di merci. Inoltre, le merci e le materie prime arrivavano anche attraverso il fiume Arno, a quel tempo completamente navigabile, ed Empoli rappresentava una comoda tappa intermedia tra il porto di Pisa e Firenze.

Della lavorazione del vetro tra il XIV e XVI secolo, purtroppo, sono stati rivenuti pochi reperti. Come si usa ancora oggi, si era soliti riutilizzare il rottame e gli scarti di vetro per un nuovo processo di vetrificazione. Questo consentiva (e consente) di risparmiare parte del combustibile (legna e carbone in passato e metano nell'età moderna) abbassando la temperatura di fusione. Ciò nonostante, in mancanza di reperti storici che testimonino l'opera dei maestri vetrai dell'epoca, sono arrivati fino ai giorni nostri molti dipinti, affreschi e altre espressioni d'arte figurativa medievale che documentano e ci illustrano la forma, il colore e l'utilizzo degli oggetti in vetro in questa area della Toscana.

Grazie a queste testimonianze visive, si può anche apprezzare il perdurare delle tipiche e caratteristiche forme della produzione vitrea di allora e constatare l'evoluzione cromatica della produzione in vetro.

Possiamo riscontrare infatti che nelle fornaci dell'epoca, inizialmente si realizzavano bicchieri, bottiglie e recipienti vari dalla forte colorazione verde scuro (per la presenza di ossido di ferro nella sabbia), in un secondo tempo verde chiaro ed infine in vetro "cristallino" (bicchieri, bottiglie soprattutto) o incolore (per l'aggiunta di manganese alla miscela) a conferma del miglioramento tecnico attuatosi nel tempo.

4.3. Il vetro di Empoli: particolarità, originalità e lavorazione

Il colore “verde” del vetro di Empoli è frutto dell’alta percentuale di ferro contenuto nella sabbia del Lago Massaciuccoli (Torre del Lago) e dalle cave di Roccastrada e Pagnico.

A differenza di Murano, dove tutte le materie prime erano importate anche da molto lontano, le vetrerie di Empoli e della Valdelsa potevano sfruttare facilmente le risorse naturali del loro territorio.

La soda *Solvay*, impiegata come *fondente* per abbassare la tempera di fusione della miscela, era prodotta dalla industria mineraria toscana; la polvere di marmo ricca di carbonato di calcio, utilizzata come *stabilizzante* del vetro, proveniva dalle Alpi Apuane.

Il vetro verde destinato alla produzione di considerevoli quantitativi di fiaschi e damigiane (in un primo tempo, poi recipienti vari), veniva fuso in grandi forni a *vasca*⁴⁴, detti anche a *bacino*⁴⁵, in funzione a ciclo continuo per 24 ore al giorno. La miscela veniva immessa nel forno manualmente con grandi pale attraverso una o più aperture nella parte più calda del forno (1450° circa) mentre nella parte opposta veniva prelevato il vetro per la lavorazione (poco più di 1000°).

La lavorazione del vetro soffiato a bocca (o *soffiaggio libero*) avveniva come avviene oggi: grazie ad un gruppo di lavoro chiamato anche *piazza*⁴⁶. L’oggetto lavorato era sottoposto a un processo di riscaldamento o *tempera* nel forno a *muffola*⁴⁷ (in posizione statica) o forno a “tunnel”⁴⁸ (movimento dinamico) che venivano portati a una temperatura di circa 500° per consolidare la struttura chimico-fisica del vetro con il successivo lento raffreddamento. Per le damigiane il processo di consolidamento avveniva poi anche all’aria aperta, all’esterno della vetreria, prima di essere sistemate nei magazzini per poi trasportare il vino in ogni dove.

⁴⁴ **Vasca.** Forno fusorio di varie forme e capacità diverse, nel quale il vetro fonde a contatto con le pareti di materiale refrattario (rottame) elettrofuso. Questo tipo di forno è usato per ottenere maggiori quantità di vetro lavorabile rispetto a forni a crogioli o a padelle e la fiamma è direttamente a contatto con il vetro. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

⁴⁵ **Bacino.** Grande forno per la fusione del vetro in ciclo continuo, ventiquattro ore su ventiquattro. Impiegato a partire dal XX secolo per le produzioni a mano, a soffio e industriali. (Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli).

⁴⁶ **Piazza.** Squadra di vetrai composta da un minimo di 2 persone (maestro vetraio più assistente) fino a 6/8 persone. Organizzati gerarchicamente sotto la direzione del maestro vetraio svolgono, secondo le proprie capacità tecniche, il completo ciclo produttivo della lavorazione del vetro.

⁴⁷ **Muffola.** Forno di ricottura, adatto per oggetti di particolari spessori o con “attaccature” particolarmente elaborate.

⁴⁸ A Murano invece questo procedimento viene chiamato “**a nastro**”. Trattasi di un forno che porta un oggetto, non di grosso spessore, pian piano a temperatura ambiente mediante un nastro trasportatore. Il movimento è molto lento. Per esempio, per percorrere 30 metri c’impiega circa tre ore.

4.4. I vetrai di Empoli

Il lavoro del vetraio era caratterizzato da una forte componente artigiana riconosciuta come una professione unica e qualificata.

Il 1° maggio 1897 fu costituita ad Empoli la *Federazione dell'Arte vitrea di Bufferia o del Vetro Verde*, con un centinaio di vetrai associati.

Nella gerarchia della *piazza* il maestro vetraio aveva il compito (come ancora oggi, nelle poche vetrerie artigianali rimaste) di dirigere e coordinare il lavoro di tutti i suoi collaboratori che, in base alle proprie competenze, svolgevano (e svolgono) un compito specifico.

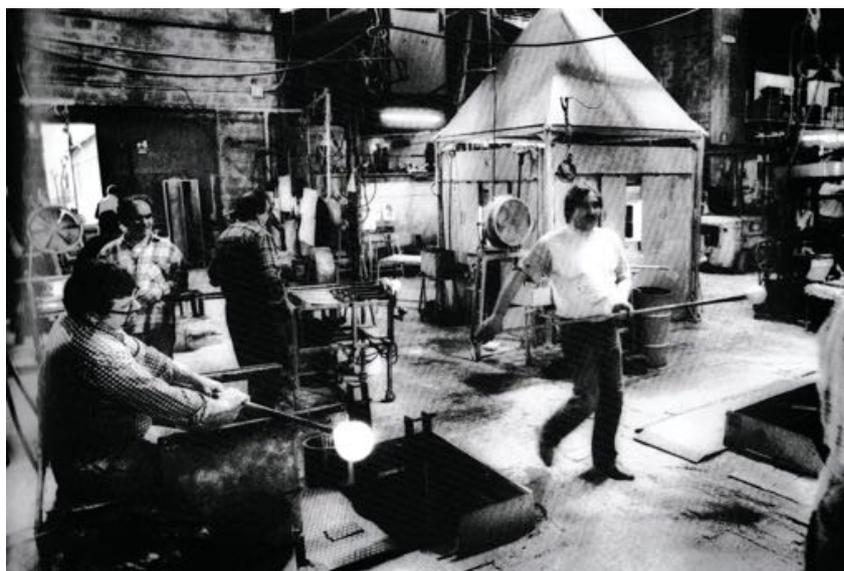
Il maestro vetraio è colui in grado di eseguire tutte le fasi di lavorazione di un oggetto: dalla preparazione della miscela vetrificabile, alla realizzazione a soffio o a mano dell'oggetto stesso.

Il maestro vetraio (soprattutto il maestro soffiatore) aveva quindi una posizione di netta preminenza, salariale e di status sociale sia dentro che fuori la vetreria.

Un'altra figura importante erano i *fonditori*, ovvero gli addetti alla sorveglianza degli impianti durante l'intero ciclo produttivo.

Il lavoro in vetreria, anche se gerarchicamente organizzato, era un lavoro di squadra e le competenze di ciascun addetto qualificava e qualifica il prodotto finito.

Altra figura artigianale strettamente legata al lavoro dei vetrai toscani è quella delle impagliatici di fiaschi o fiascaie. Il loro lavoro consisteva nel ritirare in vetreria i fiaschi “nudi” e la “sala” per poterli poi rivestire, attività che svolgevano in luoghi dedicati all'interno della vetreria, oppure a casa. Questo lavoro, che spesso era anche l'unica fonte di guadagno familiare quando gli uomini non lavoravano, era molto duro e mal retribuito.



La Piazza empolese

(Viti Pagni S. “Maestri Vetrai. L’Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolese”, Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

4.5. La Bufferia Toscana

Ma da dove deriva il nome *bufferia*? Semplicemente dal verbo “buffare” o più comunemente “soffiare”. Cos’è la “Bufferia Toscana”? E’ il termine usato per definire gli oggetti di uso comune in vetro verde, lavorati a mano e soffiati a bocca.

Per gran parte del XIX secolo, le fornaci dell’area empolesse realizzarono prevalentemente oggetti in vetro destinati soprattutto all’uso domestico e all’imbottigliamento e alla commercializzazione di vino e olio, principali risorse agricole della regione.

Il 1 maggio 1897 nasce a Firenze la prima associazione dei “bufferinai”: la *Federazione dell’Arte Vitrea di Bufferia a Sistema Toscano*. Scioltasi un anno dopo, si ricostituisce a Empoli il 1 aprile del 1899 *per tutelare e regolamentare i lavoratori del vetro verde e, per evitare fenomeni di concorrenza sleale o di sfruttamento di manodopera da parte dei proprietari delle vetrerie. Nel 1914-1915, la Federazione Vetraia si trasformò in Sindacato. Dal 1945 al 1975 fu attiva a Empoli la cooperativa Vetrai Fiascai della Bufferia Toscana. (Prof. Stefania Viti)*

I prodotti considerati “Bufferia Toscana” sono principalmente, fiaschi, ampole da olio, tiraolio, canne da infiascare, colmatori per botti, imbuto e tutti quegli oggetti utili per il fabbisogno domestico e per la conservazione e il trasporto di vino e olio.

Il loro colore tipico è il “verde”, tonalità che è dovuta alla presenza di ossido di ferro contenuto nella sabbia utilizzata per realizzare la miscela vetrificabile che, si raffinerà poi nel corso dei secoli.

L’attività di massimo sviluppo nel XX° secolo delle fornaci di “bufferia” è compresa tra la metà degli anni venti e la fine degli anni trenta.

4.5.1. Il Fiasco

E’ l’oggetto - simbolo della *Bufferia Toscana*.

La forma tipica del fiasco rimane invariata fino a circa la fine del XIX secolo: *lungo collo cilindrico, con bocca a stacco e impagliatura con cordicelle di paglia orizzontali*.

L’impagliatura verrà fatta *intrecciando le cordicelle di paglia verticalmente, fissandole al fondo per una maggiore stabilità e protezione dagli urti. La bocca viene realizzata più spesso per consentire la “tappatura” sia manuale che meccanica con tappi di sughero. (tratto da Il Museo del Vetro di Empoli. Silvia Citti, pagina 79)*

Nella prima metà del XX secolo s'iniziarono a produrre anche fiaschi di vetro incolore soffiati in uno stampo particolare, che imitava la forma del fiasco e dell'impagliatura.

Dopo la fine della seconda guerra mondiale s'iniziò a produrre delle bottiglie in vetro verde che imitavano nella forma il fiasco ma con una particolare chiusura, un tappo a scatto in porcellana bianca con gommino. Questo tipo di bottiglie venivano utilizzate per l'uso giornaliero o per il vino venduto sfuso.

4.5.2. Gli oggetti di bufferia per la tavola

Vari sono gli oggetti per la tavola nati dopo il tipico fiasco toscano. Le misure da vino per il vino sfuso: da 1 litro, mezzo litro e un quarto di litro, utilizzate nelle mescite e nelle locande come unità di misura.

Le ampolle di olio e aceto e le *ampolle gemelle* appolla per olio e aceto saldata nella parte centrale con i colli inclinati l'esterno.

Le *albanelle* (vasi cilindrici di varie dimensioni chiusi con un coperchio sempre in vetro verde); vasi di dimensioni e usi vari; il *gozzino* (recipiente simile a una piccola bottiglia con fondo arrotondato, utilizzato per riscaldare piccole quantità di latte o caffè); la *borraccia* (piccola bottiglia schiacciata, rivestita con la "sala", o con il giunco ma anche con fili di plastica); l'*ampolla da ghiaccio* (dalla forma originale con una sacca cava ricavata nel corpo centrale, per contenere il ghiaccio e quindi mantenere fresco il vino in essa contenuto); bottiglie da latte, vasetti per lo yogurt, ecc.

Negli anni '30, la vetreria empolesse "Del Vivo", realizzò le "mitiche" **bottiglie di gazzosa**. La forma era simile una bottiglia qualsiasi e cioè di forma cilindrica con un restringimento verso l'apertura, ma, quello che le rendeva uniche era la biglia o "pallina" per la "tappatura". Per aprire la bottiglia, che con questo sistema di chiusura manteneva la pressione del liquido gassato, si doveva spingere con un dito la pallina verso l'interno.

Per la realizzazione di questa particolare bottiglia servivano tre maestri vetrai: uno per soffiare la bottiglia, uno per inserire la biglia ed infine il terzo vetraio che doveva poi "stringere il collo" creando il "corridoio" d'apertura della sferetta.

4.5.3. La damigiana

Entrata in uso all'inizio del '900 per il trasporto di grandi quantità di vino.

Per la realizzazione delle damigiane, i maestri vetrai specifici erano chiamati *damigianai*.

Sul collo delle damigiane, chiuse con i tappi di sughero, era riportato a caldo un filamento di vetro con stampato il nome della vetreria, la città e a volte anche la capienza. I tappi di forma troncoconica potevano essere di cartone di grosso spessore o in latta, con due occhielli metallici per sigillarne la chiusura. Fissati sul collo c'erano anche dei fiaschetti o delle ampolline che contenevano una piccola quantità di vino per consentirne l'assaggio, chiamati "saggioli".

Le damigiane venivano prodotte non solo per il trasporto di vino e oli ma anche per il trasporto di detersivi e altri prodotti chimici e farmaceutici. Il rivestimento era in questo caso realizzato con doghe in legno e paglia per meglio proteggere il pericoloso contenuto.

4.5.4. Vetro per confezionamento chimico

Si trattava solitamente di bottigliette di forma quadrangolare e cilindrica, utilizzate per detersivi per uso casalingo o come smacchiatori per abiti. Erano facilmente riconoscibili dalle altre bottiglie perché avevano inciso sul vetro il simbolo del teschio con ossa incrociate, sinonimo di pericolo.

4.5.5. Contenitori per uso sanitario e ospedaliero

Di particolare fattura, datata 1940, gli orinali per uomo ("pappagallo) e per donna (in toscano "puppaiole") oltre a contenitori di varie misure per medicinali ed altri composti farmaceutici.

In genere, i vetri per uso sanitario domestico venivano prodotti in verde, mentre per l'utilizzo ospedaliero si preferiva utilizzare il vetro bianco o incolore per poter meglio analizzare i diversi contenuti organici.

4.5.6. Dischi di vetro - lastre per finestre

Manufatti tipici del Medioevo erano anche le finestre realizzate con dischi di vetro, più o meno trasparente, fissate tra loro da una intelaiatura di piombo.

Per produrre questi “dischi” detti anche “tondini”, era impiegato il metodo delle “corona”. Il vetraio soffiava un *bolo*⁴⁹ di vetro per ottenere una bolla che veniva poi leggermente schiacciata, attaccata al *pontello*⁵⁰ e poi staccata dalla canna da soffio. La forza centrifuga prodotta dalla rotazione del pontello avrebbe poi schiacciato ulteriormente la bolla a forma di disco, risultando più spessa nella parte centrale, in prossimità dell’attacco del pontello.

Questo tipo di finestra fu poi sostituita nel corso del tempo, dalla finestra a lastra piena.

Ritornò però di moda nel corso del XIX e ancora oggi viene spesso riproposta in vari progetti di “interior ed exterior design” per il suo essere sempre elegantemente “vintage” e contemporanea allo stesso tempo.



Il fiascaio

(Viti Pagni S. “Maestri Vetrai. L’Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolese”, Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

⁴⁹ **Bolo (o botto)**: Termine muranese per indicare il grumo di vetro fuso che viene levato dal crogiolo con la canna.

⁵⁰ **Puntello o Pontello**. Asta metallica lunga circa 140 cm e con diametro tra 10 e 30 mm che si attacca al fondo dell’oggetto in lavorazione sulla *canna da soffio* per poterlo poi *staccare* ed eseguire ulteriori lavorazioni a caldo. (Parziale Prof. Stefania Viti Pagni, Empoli)

4.6. Storia del vetro di Empoli nel XX secolo.

Fra il 1900 ed il 1950 Empoli, con le sue vetrerie specializzate nella produzione di contenitori in vetro verde e in vetro bianco, divenne il baricentro del sistema vetraio che si sviluppò in Toscana ma anche in località situate oltre i confine regionali nelle regioni limitrofe Umbria e Lazio.

Le diverse competenze tecniche maturate dai vetrai toscani portarono alla definizione di figure professionali distinte: *damiginai*, *fiascai*, *bottigliai*, *bufferai*, *lastrai*; che erano inquadrati e tutelati dalle rispettive organizzazioni di mestiere.

Il lavoro in vetreria si svolgeva in periodi lavorativi detti *campagne* e si svolgeva per 6 giorni alla settimana, dal lunedì al sabato, in turni giornalieri di 8 ore suddivisi in 4 ore di lavoro, 8 ore di riposo e 4 ore di lavoro. Dal 1946 l'orario massimo giornaliero era di 6 ore per 6 giorni lavorativi. Orario, retribuzione, assistenza sanitaria e l'integrazione salariale per i periodi di fermo produzione, erano disciplinati dallo statuto e dai regolamenti delle singole federazioni vetrarie (dei fiascai, dei bicchierai, ecc) e dal 1949 anche dal Titolo V intitolato "Norme speciali per il vetro verde" del Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per le industrie del vetro.

4.6.1. Dagli anni '30 agli anni '50: la nascita dell'industria del vetro e del vetro artistico

All'inizio del '900 le vetrerie di "bufferia toscana" erano l'unica vera attività economica della zona, che cresceva grazie allo sviluppo della produzione del vino toscano.

Nel periodo fascista, Empoli contava ben nove vetrerie delle 28 vetrerie presenti in Toscana nel 1940, due aziende di "vestizione" di fiaschi e damigiane e una per la lavorazione delle lastre per finestre.

Ad Empoli la prima vetreria che potremmo definire a carattere "industriale" per il consistente numero di addetti e per la produttività, fu la "Levantini". Situata nell'antico borgo di Empoli era in attività fin dalla fine del '700 con una produzione di fiaschi, sia nudi che impagliati, e di altri oggetti di "bufferia toscana". Ristrutturata ed ampliata nel primo decennio dell'Ottocento, passò intorno al 1830 alla famiglia *Del Vivo* che, con successivi ampliamenti e modifiche agli impianti originari, continuò a produrre fiaschi e articoli diversi come più tardi damigiane e bottiglie in vetro verde.

Altre vetrerie specializzate nella produzione di fiaschi, damigiane e "bufferia toscana" in vetro verde ma anche in vetro bianco, sorsero ad Empoli nei primi decenni del Novecento. Tra queste, sicuramente da citare, la "Vitrum" che produceva le lastre-finestre e la "Vetreria Taddei" per il vetro artistico.

4.6.2. *La Vetreria Taddei e il vetro artistico*

La Vetreria Taddei⁵¹ fu, la più grande vetreria della provincia di Firenze. Cinque *forni fusori* di cui tre *a bacino* e due *a padelle*⁵², circa 900 operai nei periodi produttività e moltissime rivestitrici a domicilio (di Empoli e dei paesi limitrofi). Fu anche la prima vetreria che, alla metà degli anni Venti presenterà insieme alla produzione di brocche, caraffe, bottiglie e bicchieri anche piatti, vassoi e i primi servizi da tavola di tè e caffè.

Il vetro artistico empolesse di quel periodo prese ispirazione dalla produzione muranese pur mantenendo le linee classiche rinascimentali tipiche della tradizione artistica toscana. Rimaneva quindi l'obiettivo di valorizzare l'arte decorativa regionale e il vetro verde diventava manifestazione tangibile di "toscanità".

A differenza della produzione muranese, gli oggetti che venivano prodotti con il vetro verde si presentavano privi di decorazioni. Il rapido raffreddamento dovuto alla presenza di ossido di ferro contenuto nell'amalgama, non permetteva qualsiasi tipo di decorazione a caldo (cosa che invece sarà possibile negli anni '50 con il vetro bianco e il vetro cristallo, per le loro superfici adatte sia a decorazioni che a incisioni).

Dopo la partecipazione a La Biennale di Monza del 1927 si era sentita l'esigenza di migliorare la qualità dei prodotti di uso comune che risultavano ormai, brutte e anonime imitazioni di prototipi antichi, privi di vera connotazione regionale. Si doveva puntare a concepire un nuovo tipo di prodotto: moderno, originale e dall'elevata perfezione tecnica.

Iniziò così la produzione artistica in vetro verde e in vetro colorato. I maestri vetrai che iniziarono questa nuova produzione erano soprattutto locali, ma molti anche da Colle Val d'Elsa e da Murano.

Attraverso l'apertura di negozi nelle principali città d'Italia e la partecipazione a fiere ed esposizioni nazionali e la pubblicità nella rivista mensile "Domus", la Vetreria Taddei fece conoscere la sua produzione artistica per l'arredamento proponendo sia i suoi modelli storici che contemporanei servizi da tavola.

⁵¹ "Vetriere Taddei e C." dal 1915 al 1946 e poi "Vetriere IVI Taddei" dal 1946 al 1952.

⁵² **Padella o crogiolo.** Recipiente di materiale refrattario usato per la fusione del vetro.

4.6.3. Anni '50: dalla lavorazione artigianale alla lavorazione meccanica

Il vetro di Empoli quindi del primo '900 (almeno fino allo scoppio della II° Mondiale) è caratterizzato dalla produzione di contenitori in vetro verde realizzati con procedimenti artigianali.

Nell'immediato secondo dopoguerra cominciarono ad evidenziarsi i segnali di crisi che colpì parecchie vetrerie, come la Taddei che chiuse all'inizio degli anni '50.

Altro avvenimento importante di quegli anni fu l'abbandono delle campagne con successiva riduzione della produzione di olio e vino e conseguente diminuzione della richiesta di recipienti in vetro per il trasporto e la commercializzazione.

Gli artigiani del vetro iniziarono così ad associarsi fondando nuove vetrerie e produrre vetri "artistici" lavorati a mano, sia con il caratteristico e tradizionale vetro verde ma anche in vetro bianco e colorato. Le forme e i modelli delle produzioni in vetro verde erano gli stessi degli anni Trenta ma andavano via via perdendo la tipica semplicità che li aveva contraddistinti fino ad allora, per assumere un tratto distintivo più personalizzato e per mettere in risalto la manualità, la fantasia e la tecnica dei maestri vetrai.

Le vetrerie nate a partire dal 1949-1950 nei comuni di Empoli e Montelupo sorsero in quelle che allora erano aree periferiche della città.

Sotto la spinta di questo sviluppo economico, il tessuto urbano di Empoli modificò la sua antica fisionomia: nuovi quartieri residenziali si svilupparono intorno alle fabbriche, costruite nelle vicinanze della stazione ferroviaria. Nuove vetrerie che richiedevano spazi più ampi, sorsero ai margini della città, nelle periferie o in frazioni limitrofe che disponevano di aree edificabili più estese.



4.6.4. Anni'60: una nuova crescita

All'inizio degli anni '60 l'occupazione del settore era ritornata a livelli del 1948: a Empoli erano presenti 87 aziende vetrarie che impiegavano ben 2279 persone.

Con il passare degli anni, diventava sempre più importante la tutela e la promozione della produzione empolesse. Molte piccole aziende decisero quindi di unirsi e fondare il Consorzio centro Vetro (1970).

La meccanizzazione e modernizzazione del ciclo produttivo si era già resa necessaria a partire dagli anni '50, per rendere competitiva l'industria vetraria empolesse e rispondere alla concorrenza esercitata da altri distretti vetrai italiani.

Anche il fenomeno del consumismo del dopoguerra favorì questo passaggio dall'industria tipicamente artigianale alla produzione parzialmente o totalmente meccanizzata di contenitori di vetro di ogni genere. Questo comportò il declino delle figure professionali artigiane dei *fiascai*, *bottigliai* e *damigianai*. Anche il vetro verde perse il suo ruolo esclusivo poiché fu affiancato dal vetro *mezzo bianco* e dal vetro *bianco* per la produzione di flaconi, bottiglie e vasetti di vario genere.

Lo sviluppo dell'industria vetraria meccanizzata generò un importante indotto in quanto sorsero altre aziende ad essa collegate: costruttori di impianti per vetriere, produttori di materiali per l'imballaggio, officine meccaniche per la produzione degli "stampi", ecc.

Fino alla fine degli anni Settanta si assistette alla massima espansione dell'attività vetraria empolesse che caratterizzò nel contempo, la crescita economica e urbana (le vie periferiche della città diventano sempre più, arterie di collegamento con le frazioni limitrofe) di Empoli quale città industriale.

4.6.5. Fine anni '60 e anni '70: la crisi del vetro verde

Alla fine degli anni '60 il vetro verde per la tavola fu rapidamente sostituito da altri materiali più pratici e meno costosi. A questo fenomeno contribuì inoltre un cambio di gusti della nuova borghesia, sempre più attenta a sottolineare, anche con gli oggetti posseduti, il benessere raggiunto. Al tipico "vetro verde" si preferivano i modelli artistici più innovativi delle fornaci muranesi o le produzioni più elaborate in stile rococò. La "bufferia in vetro verde" venne quindi sostituita da lavorazioni artigianali in vetro bianco e da alcune lavorazioni industriali.

La crisi economica generale degli anni Settanta segnò la chiusura definitiva di molte vetrerie e industrie parallele. Le 38 vetrerie e 3500 addetti nel settore degli anni '60 erano oramai un ricordo.

Iniziò così una lenta e progressiva contrazione del settore del vetro che lasciava il posto alla produzione tessile, le cosiddette “confezioni”.

Ad oggi, le vetrerie ancora operative a Empoli sono rimaste solo due.

4.6.6. Anni '80: la “nuova” rinascita

Il settore del vetro, entrato in crisi negli anni '70, tornò a far parlare di sé negli anni '80. Il vetro verde che sembrava oramai dimenticato, riprese la scena grazie a un'élite di intellettuali fiorentini che pesarono di riproporre, valorizzandolo, il fascino e il prestigio culturale del “vetro verde di Empoli degli anni '30” in quanto testimone di un importante periodo storico di evoluzione tecnica e artistica.

Negli ultimi anni del '900 e all'inizio del 2000, grazie anche all'interesse di vari studiosi non solo locali o nazionali, il collezionismo del vetro verde ha segnato una netta ripresa e la sua produzione della prima metà del XX diventa un simbolo della cultura artistica regionale.



Vetro Verde di Empoli

(Viti Pagni S. “Maestri Vetrai. L’Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolesse”, Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI), 1998)

4.7. Il Museo del Vetro di Empoli

Il Museo del Vetro di Empoli nasce dal desiderio della collettività empolesse tutta (non solo studiosi, collezionisti o funzionari e amministratori) di esprimere la propria identità culturale, le proprie radici e allo stesso tempo, essere d'aiuto per un rilancio delle attività commerciali e produttive locali.

Nel 2006 viene proposto di recuperare un vecchio contenitore storico: l'ex Magazzino del Sale, nel centro storico di Empoli.

4.7.1. Il Magazzino del Sale

Il Magazzino del Sale era un'importante struttura adibita alla distribuzione del sale in tutta la zona e a tutta la comunità della Toscana medicea. La sua localizzazione era considerata strategica perché non distava lontano dal porto fluviale di Empoli che permetteva la navigazione e il trasporto del sale fino al Roma ed oltre e perché era uno tra gli ultimi magazzini tra Volterra (dove c'era lo stabilimento delle saline), Gambassi e Castelfiorentino.

Nei primi anni del '900 il magazzino venne inizialmente utilizzato come deposito di sale e tabacchi del Monopolio di Stato per poi essere destinato ad altri usi fino alla chiusura.

Nel 2006, l'allora Sindaco di Empoli, Luciana Cappelli, approvò il progetto preliminare di ristrutturazione dell'ex Magazzino del Sale per adibirlo successivamente a Museo del Vetro di Empoli.

Finalmente, il 1° Luglio 2010, grazie al contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Firenze, viene inaugurato il Museo del Vetro di Empoli con l'acronimo MUVE.



Le impagliatrici empolesi

4.7.2. *Nascita del M.U.V.E. – Museo del Vetro Empolese*

Il nuovo Museo del Vetro di Empoli ha come *obiettivo di conservare, esporre, valorizzare* la produzione vetraria empolesse.

Il progetto dell'architetto Elena Mostardini ha mantenuto intatte le dimensioni dell'antico Magazzino del Sale suddividendo lo spazio espositivo su due piani: il piano terreno e un secondo piano a vista che si è potuto ricavare grazie all'altezza dell'edificio.

L'ingresso è un ampio spazio accogliente che racchiude: la biglietteria, alcune vetrine che espongono vari oggetti in vetro provenienti da mostre temporanee e una zona dedicata a libri, cataloghi, informazioni varie riguardanti il vetro - per la maggior parte in italiano e inglese - ma anche informazioni turistiche di Empoli e di tutta la Toscana in varie lingue straniere.



4.7.3. *Un nuovo Allestimento per vivere “l’esperienza” prima dell’esposizione*

L'allestimento dell'architetto Giuseppina Carla Rombay è stato realizzato tenendo conto che “il Magazzino del Sale” andasse, prima di tutto, valorizzato nel suo essere.

È stato così creato un percorso storico-temporale fatto di suoni, immagini e video lasciando immutato l'ambiente del pianterreno, per far sì che il visitatore si concentri “sull'esperienza” piuttosto che sugli aspetti della produzione artistica, argomenti che potrà approfondire in un

secondo tempo al piano superiore, dove, grazie all'esperienza immersiva, l'attenzione e il coinvolgimento saranno differenti.

Documenti di vario genere, campionari, etichette, strumenti di lavoro, una pianta con le vetrerie di Empoli attive nel '900. Video, foto degli anni '40 e '50 di maestranze al lavoro e delle varie fasi della lavorazione e trasformazione del vetro. Foto di gruppi di donne intente ad impagliare i fiaschi, damigiane, e a trasportarli con un carretto fino a destinazione e oggetti vari che ricordano questa attività che fino agli anni '80 del 1900 ha caratterizzato l'attività economica empolesse.

Ogni oggetto esposto, è contestualizzato con ricostruzioni della vetreria. Collezione di stampi, attrezzi vari che popolavano la "piazza". Poi, bottiglie, vasi, damigiane e bicchieri che ci restituiscono il volume delle innumerevoli forme degli oggetti di uso del quotidiano.

Suggerimenti particolari vengono regalate al visitatore dai suoni, che uniti allo scorrere delle immagini lo riportano in una "piazza" del passato pre-industriale. Per finire, un bellissimo documentario in *loop* di Lionello Fabbri: "Vetro Verde", realizzato nel 1958 e che racconta di tutte queste attività (non solo la lavorazione del vetro ma anche il duro lavoro delle impagliatrici considerata una attività marginale).

Al secondo piano si può ammirare il vetro di Empoli. Principalmente, produzioni di età relativamente moderna che documentano l'evoluzione e il mutamento delle tecniche e del gusto soprattutto degli anni '60 e '70. Inoltre, alcuni reperti vitrei rinvenuti a Empoli e nel territorio circostante a testimonianza della tradizione empolesse sia artigianale che industriale.



Al terzo e quarto piano si può ammirare il vetro artistico empolesse.

Negli anni '60 e '70, la crisi de vetro verde è implicita in quel passaggio storico e culturale che attraversa il nostro paese. Si assiste quindi alla trasformazione dell'oggetto d'uso comune, quale testimonianza delle origini popolari del territorio, nella realizzazione di oggettistica d'arte per la nuova classe sociale.

Gran parte di quanto esposto proviene da donazioni private. Non solo manufatti in vetro ma anche attrezzi e fotografie.

Sono i collezionisti in larga parte ad aver riscoperto e valorizzatogli oggetti di vetro verde, realizzati dalle vetrerie di Empoli tra il 1930 e il 1950 salvandoli, come scrive Silvia Ciappi, dall'oblio”⁵³.

Molti reperti e collezioni sono stati donati da Fortunato Morelli, da Giovanni e Rosetta Gambacciani ma, da sottolineare, anche da tutta la popolazione di Empoli e dintorni, desiderosi di mostrare la propria appartenenza al territorio.



⁵³ Silvia Ciappi, Il vetro “verde” di Empoli cit., pag. 54

4.8. Le proposte di “Glass Tourism” per Empoli: una nuova OFFERTA

La storia del vetro di Empoli, a differenza di Altare, Piegaro e Murano è meno conosciuta e anche tra gli studiosi e ricercatori, sono in pochi a conoscere le vicende di questo territorio legate al vetro. Più nutrito invece il gruppo di quanti conoscono l’oggetto simbolo del vetro verde toscano, il fiasco, noto in tutto il mondo non solo per la sua “evergreen” e originale forma e fattura, ma soprattutto per il vino in esso contenuto: il Chianti.

Anche per il target di riferimento di studiosi, ricercatori e studenti, un passaggio a Empoli potrebbe risultare interessante. L’evoluzione del vetro verde e, soprattutto, la storia della “bufferia toscana” identificano la città di Empoli e della Valdelsa. Inoltre, la relativamente recente apertura del Museo (2004) ha permesso un allestimento all’avanguardia dove l’aspetto conservativo viene assorbito dai suoni e dalle immagini che avvolgono il visitatore subito dopo averne varcato l’ingresso.

Ritornando alle proposte turistiche per il lancio del prodotto “Glass Tourism” indirizzate al target di riferimento di studiosi e amanti della storia del vetro, Empoli può rappresentare la giusta tappa intermedia tra Altare e Piegaro e la giusta occasione per attraversare la Toscana, scoprendone le bellezze storiche, artistiche, naturalistiche ed enogastronomiche.

Empoli stessa dal punto di vista culturale è una bellissima cittadina toscana che racchiude molti tesori del Rinascimento. Soffre molto la vicinanza di Firenze, Siena e Pisa ma, allo stesso tempo può puntare anche su queste città d’arte, patrimonio dell’Unesco, per catturare il turista culturale itinerante “on the road” che vuole godere anche dei **prodotti enogastronomici** tipici dell’area. Primo fra tutti il vino Chianti, ma anche l’olio extravergine d’oliva, il tartufo bianco, la cipolla di Certaldo e gli ottimi formaggi.

Tutto il territorio della Valdelsa si propone come un Museo Diffuso. Ben 21 sono i musei in 11 affascinanti luoghi tra cui Empoli e il MUVE Museo del Vetro. Con un biglietto unico chiamato “Art Pilgrim Passport”, oltre alla visita di tre Musei empolesi, si può visitare anche il Museo della Ceramica di Montelupo Fiorentino che, come per il vetro, raccoglie la storia di una delle più antiche tradizioni dei “mestieri” toscani.

Ma la Toscana è anche molto altro e si può scoprire anche grazie un’altra forma di turismo molto in voga negli ultimi tempi: il **cineturimo**. Grazie alle serie televisive internazionali “I Medici” e “Leonardo” si può avvicinare e scoprire la Valdelsa ammirandola da un’altra prospettiva.

La cittadina di Vinci, per esempio, è a soli 10 km da Empoli e sia la visita alla casa natale che al Museo leonardiano sono inclusi nel circuito del “Art Pilgrim Passport”.

Inoltre, tutta l’area fino a Cerreto Guidi era territorio di caccia mediceo. Sempre a Cerreto Guidi, la Villa Medicea (oggi inserita nel patrimonio Unesco) costruita nel 1556 da Cosimo 1° de’ Medici come residenza di caccia, è oggi sede del Museo Storico della Caccia e del Territorio.

In queste zone innumerevoli sono anche i **percorsi naturalistici**; tra questi il più famoso è il cammino della Via Francigena: il cammino che Sigerico, arcivescovo di Canterbury, intraprese nel X secolo partendo da Canterbury per raggiungere Roma (oltre 2.000 km).

La Toscana, seguendo la Via Francigena, può essere attraversata da nord a sud per 380 km a piedi, in bici, a cavallo o in auto.

Riassumendo, Empoli è un territorio che per far conoscere la sua storia vetraria ha bisogno di essere abbinato o ad Altare a nord-ovest, o a Piegaro a sud-est; oppure di entrare in un circuito che lo veda protagonista quale crocevia del vetro tra Altare e Piegaro.

Per intercettare invece nuovi target, considerando che moltissime destinazioni intorno ad Empoli sono già note e che il lavoro di valorizzazione e promozione avviene troppo spesso a comparti stagni in una logica territoriale campanilistica, si auspicherebbe il giusto coinvolgimento delle varie amministrazioni locali e una regia regionale per inserire tra le proposte di visita alternative anche un passaggio al Museo del Vetro di Empoli.

Per “Glass Tourism” invece, il lavoro da programmare sarà quello di realizzare dei pacchetti nei quali la storia del vetro e la visita al Museo siano abbinata alle altre originali e inusuali esperienze toscane in parte sopracitate.



Magazzino del Sale – Museo del Vetro

CAPITOLO 5 - Piegaro, l'antico borgo umbro del vetro

Dopo Altare ed Empoli ho proseguito il mio *Educational Tour* a Piegaro, dove ero già stata due volte nell'estate 2018 in preparazione della Conferenza all'Istituto di Cultura Italiana di Chicago del novembre 2018. In questa occasione era infatti prevista non solo la presentazione di Murano, ma anche di Piegaro, scoperta negli Stati Uniti grazie agli statunitensi, Colleen Simpson e Tom Weebb, proprietari dell'Antica Vetreria di Piegaro che, dopo sapienti restauri conservativi, hanno trasformato in una suggestiva e accogliente struttura ricettiva. Avevo avuto l'occasione di intervistare i due visionari imprenditori turistici nordamericani Colleen e Tom prima della mia partenza per Chicago, mentre a gennaio 2020 ho incontrato di nuovo la responsabile del Museo del Vetro, Sabrina Vernarecci, che, come nelle altre occasioni si è resa immediatamente disponibile a supportarmi nell'approfondimento dei contenuti utili alle mie ricerche. Sempre la Dr.ssa Vernarecci ha fornito lo spunto di visitare lo Studio Moretti Caselli a Perugia dove il 22 gennaio 2020 ho incontrato il Sig. Giorgio Panduri, parente della 5° generazione di Francesco Moretti, grande artista, storico e pittore del '800. Un altro mondo del vetro, ma anche questo con gli "ingredienti" giusti per entrare a pieno titolo nello *storytelling* di "Glass Tourism".

Il territorio di Piegaro è caratterizzato da due catene di basse colline delimitanti il percorso del fiume Nestore che nasce a Monteleone di Orvieto e affluisce nel Tevere.

L'antico borgo medievale è situato sul punto più alto del colle costeggiato da alte mura di cinta e da torrioni. La prima cerchia muraria fu costruita in epoca romana attorno a quello che era il primo villaggio abitato. Intorno all'anno 1000 il borgo si è quindi sviluppato in altezza, per poi venire distrutta e successivamente ampliata con una seconda costruzione nel XII secolo.

I vetrai piegaresi assumono notorietà all'inizio del 1300 per aver prodotto le lastre di vetro e le tessere da mosaico per le decorazioni del Duomo di Orvieto e di altre cattedrali italiane. La loro produzione vetraria però non si è limitata a questa arte antica ma, nel corso dei secoli ha sviluppato vari tipi di produzioni di manufatti fino ad essere oggi una delle maggiori industrie italiane ed europee per la produzione di ogni genere di bottiglia e contenitori per il cibo.

All'interno del paese si possono trovare i resti delle antiche fornaci, una di queste ora è una bellissima dimora con 4 appartamenti turistici di gran pregio. In un trilocale è ancora presente un forno del 1300. Dopo anni di abbandono, l'edificio venne acquistato e completamente rinnovato da una coppia di statunitensi innamorati di questa località al punto da viverci per gran parte dell'anno.

L'altra antica vetreria, quella che era considerata la principale, nel 2009 è diventata la sede del Museo del Vetro di Piegaro. Sono ancora visibili e le due ciminiere: una, all'esterno della fabbrica principale, che serviva per la fuoriuscita dei fumi da combustione di legna, lignite o olio; l'altra, più piccola, era collocata nell'antica "roteria" che oggi non esiste più, in cui veniva decorato il vetro ad incisione. La grande ciminiera si può scorgere ancor oggi da qualsiasi punto della vallata e testimonia un glorioso passato dell'arte vetraria piegarese.

5.1. Cenni Storici

La nascita dell'arte vetraria a Piegaro è presumibilmente da far risalire alla presenza di abbazie benedettine nel territorio circostante intorno al XIV secolo e dalle favorevoli condizioni ambientali⁵⁴.

Le testimonianze delle produzioni vetrarie di Piegaro sono sicuramente collegate alla fornitura di vetri colorati per i mosaici delle vetrate del Duomo di Orvieto. Infatti, i vetrai piegaresi devono la loro fama in particolare alla produzione delle lastre di vetro e delle tessere da mosaico per le decorazioni del Duomo di Orvieto e di altre cattedrali italiane.

A partire dagli ultimi anni del '400, i vetrai piegaresi si riunirono nella Confraternita del Gonfalone di Santa Maria divenuta poi nel 1486 la Confraternita di Signoria dei Vetrai, con sede nell'ancora esistente chiesa della Madonna della Crocetta. E' del 1517 il primo Statuto dei Vetrai e nel 1576 la confraternita diventerà "Gonfalone della Crocetta".



Stemma della Confraternita di Signoria de Vetrai (anno 1486)

Munaretto G. e Batinti A., "Parole Vetro. Arte e tradizioni a Piegaro dal XIII sec"

⁵⁴ Gli ampi boschi di farnie, le sabbie dei torrenti del fiume Nestore e del Lago Trasimeno, le piante del Lgo Trasimeno utilizzate per l'impagliatura e gli imballaggi, le terre rosse utili per la miscela vitrea e le pietre refrattarie per le fornaci.

Tra il XIV e il XVII secolo la fornace di Piegaro ebbe la capacità di diversificare la sua produzione: dai mosaici alle lastre di vetro per finestre, ai bicchieri e soprattutto ai fiaschi.

Nel periodo di massima produzione si riscontra però una sofferenza dell'ambiente circostante per l'eccessivo sfruttamento delle risorse naturali, primo fra tutti, il disboscamento.

Il periodo di maggior successo dell'arte vetraria di Piegaro si ebbe il XVII e parte del XVIII secolo, in cui iniziò a manifestarsi la concorrenza europea, in particolar modo della Boemia con i suoi cristalli limpidissimi e inimitabili grazie alla composizione chimica particolare e molto diversa da quella utilizzata dalle vetrerie italiane. La produzione a Piegaro continuerà per tutto il XIX e parte del XX secolo limitatamente alla produzione dei fiaschi, senza però apportare ammodernamenti alle altre tecniche di produzione.

Nel 1815, la vetreria destinata inesorabilmente al declino, venne salvata dal matrimonio tra il marchese Geremia Misciattelli con Cunegonda Cocchi di Piegaro, che portò in dote le vetrerie appartenute alla sua famiglia. Con la gestione di Misciattelli s'intensificò la produzione e la commercializzazione di articoli diversi tra bottiglie di vari generi, bicchieri, calici, lampade, candelieri, ecc., arrivando a contare ben 214 tipologie di oggetti differenti.

Nello stesso periodo vennero apportate modifiche agli impianti che segnarono il passaggio da una produzione artigianale ad una semi-industriale, ma nel 1898 la vetreria fu costretta a chiudere. Si susseguirono quindi una serie di tentativi di dare assetto stabile alla gestione della vetreria anche attraverso l'immissione di capitale privato. Dopo la crisi del 1926 si ebbe una leggera ripresa tra il 1941 e il 1947 grazie a nuove ristrutturazioni della fabbrica principale ma, a causa delle ridotte dimensioni e della particolare struttura medievale, sarebbe ben presto risultata inadeguata per ulteriori ammodernamenti. Ad aggravare la situazione anche l'abbandono di gran parte della popolazione del territorio circostante conseguente alla fine del sistema mezzadrile.

La parziale rinascita del territorio e del comparto si avrà nel 1960 con la costituzione della "Vetreria Cooperativa Piegarese" (V.C.P). La Cooperativa rilevò l'attività della vetreria ed avviò il processo di meccanizzazione necessario per attuare il definitivo sviluppo a produzione industriale. Tale evoluzione era attuabile solo avendo a disposizione ampi spazi che potevano essere ubicati all'esterno della cinta muraria del paese. Attualmente, la "Vetreria Cooperativa Piegarese" è una delle maggiori industrie italiane ed europee del settore. Nel 1968 l'ultima vetreria ancora in funzione all'interno delle mura medievali venne chiusa definitivamente e tutta la produzione fu spostata nel nuovo impianto a valle.

5.2. I colori piegaresi, tecniche di fusione e forni

La fusione, in epoca medievale, veniva eseguita con fornaci alimentate a legna che non riuscivano però a raggiungere temperature elevate. Si procedeva quindi a operare in due fasi, spesso anche in due forni separati. Non in tutte le vetrerie si svolgeva il ciclo completo di produzione e si utilizzava il vetro semilavorato fatto rifondere nei *crogioli*.

Nel Medioevo esisteva un vero e proprio commercio di semilavorati. Alcuni coloranti venivano acquistati da varie zone d'Italia, anche se la grande maggioranza veniva reperita in loco. I coloranti e i decoloranti erano infatti già presenti in diversi tipi di sabbia prelevata dal vicino Lago Trasimeno che caratterizzava la colorazione verde-azzurra della produzione piegarese degli anni '50. Per ottenere il vetro incolore, alla miscela venivano aggiunti ossidi di manganese, chiamati anche *il sapone dei vetrai*.

Altri “colori” che hanno caratterizzato la produzione piegarese sono: l'*argento calcinato* (composto di povere d'argento) l'*esusto* (ottenuto dal rame ridotto in povere) e il *solfare citrino* ottenuto dallo zolfo in polvere. Come colorante per i *vetri verdi* era usato l'ottone, mentre l'azzurro o *zaffara* (ossido di cobalto grezzo), era ottenuta dall'arrostimento della cobaltite delle miniere della Sassonia, polverizzata e mescolata con tre parti di sabbia. Per il *giallo* veniva usato il *tartaro di botte di vino bianco*, oppure piombo o stagno, che davano una colorazione bianco-giallo opaco; per creare il rosso veniva utilizzata la polvere di ferro, manganese e scaglie di rame. Nelle fornaci di Piegara venivano anche prodotti gli smalti per mosaico, le lastre per gli occhi di vetro da montare sulle finestre, il vetro colorato, il vetro bianco che era dipinto a *grisaglia*⁵⁵, poi bicchieri, fiaschi e contenitori vari.



⁵⁵ **Grisaglia.** tecnica di pittura delle antiche vetrate medioevali. Le tessere di **vetro** soffiato che compongono la vetrata vengono dipinte a mano con ossidi metallici e successivamente cotte in forno a temperature di circa 650°C.

5.3. Il Museo del Vetro

Dopo una lunga fase di abbandono, l'edificio che ospitava l'antica vetreria chiusa dal 1968 è stato acquistato dal Comune con la volontà di recuperare e valorizzare questo raro e interessante esempio di archeologia industriale. Dopo un accurato restauro conservativo eseguito negli anni '90, è stato inaugurato nel 2009 l'attuale Museo del Vetro (2009).

L'edificio che ospita il Museo è sviluppato su tre piani.

Il piano superiore un tempo era occupato dagli uffici e veniva inoltre utilizzato per l'ultima fase di lavorazione dei fiaschi e lo *sbiancamento* dell'impagliatura tramite zolfo. Nell'attuale configurazione museale, l'ampio spazio è dedicato a laboratori didattici per bambini e ragazzi, oppure ospita la sala per conferenze, convegni, seminari, corsi di artigianato.

Nello spazio antistante all'ingresso, con L.R. 24/2003 è stata realizzata dal Comune una fornace per la lavorazione artigianale del vetro in cui si organizzano estemporanee di artigianato vetrario, dimostrazioni di lavorazione del vetro e corsi di soffiatura.

Nel piano principale, sono visitabili la *sala delle volte a crociera* che ospitava l'impianto produttivo prima delle modifiche del XIX secolo e la sala del forno.

Dell'antico forno fusorio resta la base del muro perimetrale che racchiude parte dell'ultimo vetro presente al suo interno al momento dello spegnimento, nel 1968. La struttura era chiusa da una bassa volta sulla quale si aprivano tre bocche, tuttora presenti, che permettevano di attingere dalla vasca il vetro attraverso le canne da soffio.

Nel piano seminterrato si trovano le gallerie che fungevano da magazzino. Qui è ancora possibile vedere la camera di contenimento in cui veniva raccolto il vetro nella fase di manutenzione del forno. Al momento della dismissione nel 1968, una grande quantità di vetro incandescente, ancora presente nel bacino di fusione, venne fatta confluire al suo interno. Oggi la grande colata di vetro verde regala una suggestiva visione ai visitatori.

5.3.1. Il Museo del Vetro: la collezione

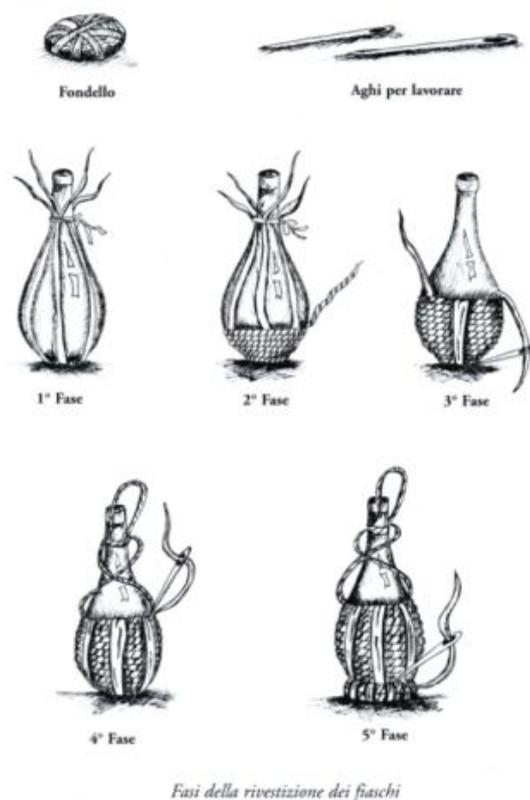
All'interno del Museo è possibile ammirare la collezione di manufatti di varie tipologie e tecniche di lavorazione, riconducibili soprattutto agli ultimi due secoli di storia della fabbrica.

La tecnica più antica e praticata negli impianti piegaresi fino al 1950 circa è la soffiatura, che poteva essere libera o in stampi. Successivamente venne introdotto l'uso di macchine semiautomatiche in cui i manufatti venivano stampati all'interno di forme metalliche utilizzando aria compressa. Tra i pezzi più antichi e di maggior pregio figurano alcuni oggetti appartenenti al

servizio da tavola della famiglia Misciattelli: bicchieri, bottiglie brocche e contenitori vari per la maggior parte in vetro trasparente e alcuni in vetro blu con decorazioni incise o dipinte in oro. Numerosi sono i contenitori per il vino, in particolare fiaschi e damigiane prodotti sia per soffiatura che tramite macchine semiautomatiche.

Tra i fiaschi in esposizione, alcuni presentano lo scomparto interno con la particolare imboccatura separata che veniva realizzata per consentire l'inserimento del ghiaccio per mantenere fresco il contenuto.

Il fiasco di Piegaro veniva fabbricato sin dal 1400 ma vi sono evidenze anche di produzione precedente. Tra il Trecento e il Quattrocento i fiaschi in stagno e in rame vengono sostituiti dai fiaschi in vetro parzialmente impagliati. Verso la metà del XVII secolo viene rivista l'impagliatura e si comincia a disporre l'*impagliatura verticale*. Nella metà dell'Ottocento, si rinforza la base con una *ciambella*.



Munaretto G. e Batinti A., "Parole Vetro. Arte e tradizioni a Piegaro dal XIII sec"

A partire dall'introduzione della macchina a stampo vennero prodotte diverse tipologie di fiasco: la principale prodotta a Piegaro era la *Pulcianella* (o *Puccianella*) dal corpo sferico o a cipolla, conosciuto anche come fiaschetto di vino di Orvieto. In molti casi gli oggetti stampati riportano

la sigla VCP, che a partire dal 1960 contrassegnò le produzioni della Vetreria Cooperativa Piegarese.

Il fiasco, che ha costituito per secoli la produzione principale delle vetrerie piegaresi, necessitava di un ulteriore passaggio produttivo al di fuori della fabbrica: l'**impagliatura**.

Questa occupazione veniva svolta per lo più da donne, anziani ma anche bambini, e costituì per molto tempo un'importante fonte di reddito per le famiglie del territorio.

Il museo espone inoltre altri manufatti sia per la conservazione del vino che dell'olio, oggetti per uso medico e, particolare curiosità del visitatore suscita il galleggiante per reti da pesca o la bottiglia di gazzosa contenente una biglia di vetro che fungeva da chiusura. I documenti d'archivio esposti vicino all'ingresso risalgono al XIX e XX secolo e riguardano la gestione della fabbrica.

Il Museo oggi è per Piegaro la testimonianza tangibile di un glorioso passato che merita di essere riscoperto e valorizzato insieme al borgo che nel corso degli anni si sta sempre più spopolando.



A supporto della riscoperta di Piegara e dell'arte della lavorazione del vetro, si unirà all'offerta l'esperienza al Museo-Laboratorio Moretti – Caselli di Perugia, un altro importante patrimonio di questo territorio e un modo diverso di interpretare l'arte del vetro.

5.4. Museo - Laboratorio Moretti di Perugia

A Perugia, in una bellissima residenza quattrocentesca del centro storico, ci si può immergere in un mondo che molto ha a che fare con il vetro, in particolare con il vetro artistico tipico di questa zona del centro Italia.

Il Museo Laboratorio Moretti si occupa da ben cinque generazioni della lavorazione e del restauro di vetrate artistiche e della lavorazione di opere d'arte che utilizzano il vetro dipinto e cotto a fuoco.

Il Museo Laboratorio Moretti, inizia l'attività nel 1859 grazie Francesco Moretti (1833 – 1917), uno dei più grandi restauratori di vetrate dell'800, ma anche pittore e paladino dell'arte della vetrata dipinta.

5.4.1. Francesco Moretti e Lodovico Caselli

Agli inizi del '800 si era evidenziata la necessità di dover salvaguardare l'arte della vetrata dipinta, arte non più praticata dalla fine del Rinascimento.

Nel 1851 Francesco Morelli, ancora studente all'Accademia delle Belle Arti di Perugia, viene coinvolto dal suo docente di pittura, Silvestro Valeri, ad aiutarlo per le decorazioni pittoriche nella cattedrale di Todi. In quell'occasione, il Moretti conobbe il conte Giuseppe Francisci, il quale si stava adoperando di far rivivere l'antica tecnica delle vetrate. Alla morte del conte, Francesco Moretti iniziò la sua attività in proprio, occupandosi di restauro e anche della produzione di vetrate originali e artistiche non necessariamente destinate a edifici ecclesiastici.

L'opera su cui espresse in modo peculiare tutta la sua arte fu il Ritratto di Margherita di Savoia (esposto oggi presso lo Studio Moretti Caselli) che realizzò per proprio conto nel 1881 partendo da un ritratto della sovrana.

Questa vetrata-ritratto è stata realizzata dal Moretti dipingendo su vetro come se fosse una tela, con piccolissimi tratti di colore con la punta di pennelli dalla punta finissima per creare un effetto tridimensionale. Le sottilissime saldature a piombo che uniscono il vetro di varie forme e misure si confondono con i colori utilizzati e le sagome del disegno.

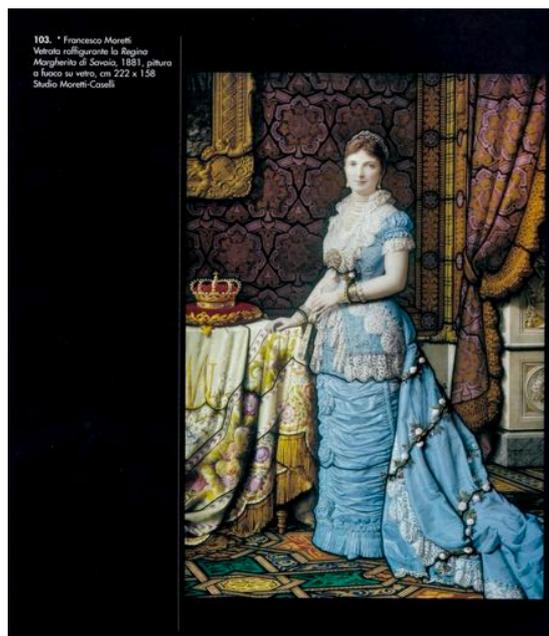
Questa vetrata, considerata una vera e propria opera d'arte, venne presentata in varie mostre, le più importanti delle quali a Milano (1881), Roma (1883) e Londra (1888).

Per quanto riguarda le opere originali realizzate per gli edifici religiosi, è sicuramente da citare il tondo con l'Incoronazione della Vergine (ispirata a una pala di Pietro di Cristoforo Vannucci, conosciuto anche come il "Perugino"), presentata all'Esposizione universale di Parigi nel 1867 e vincitrice del gran premio *all'Esposizione romana delle opere di ogni arte eseguite pel culto cattolico* del 1870.

Ad affiancarlo ci fu anche il nipote (figlio della sorella rimasta vedova giovanissima e da lui considerato un figlio proprio) Lodovico Caselli (1859-1922), con cui collaborò sia per la ricerca del colore adatto per la raffigurazione su vetro, sia per diverse opere originali e sia per i restauri in edifici religiosi come la vetrata della Basilica di S. Maria degli Angeli (Assisi), della cattedrale di S. Lorenzo a Perugia e del Duomo di Orvieto, la grande vetrata della Chiesa del Sacro Cuore di Maria a Torino, la Basilica di Loreto e molte altre in varie città d'Italia.

Lodovico Caselli progettò e costruì una nuova macchina sabbiatrice per la produzione di una innovativa tecnica detta dei "vetri mussolinati", con la quale si poteva trasporre su vetro piccolissime incisioni per creare piccolissime e sottilissime decorazioni a ricamo.

Sia Francesco Moretti prima che Lodovico Caselli dopo furono entrambi insegnanti e Direttori, rispettivamente dell'Accademia di Belle Arti di Perugia e Direttore e della Pinacoteca comunale.



Giubbini G. Santolamazza R. (a cura di) "La carta, il fuoco, il vetro"

5.4.2. Rosa e Cecilia Caselli e la pittura a fuoco su vetro

Alla morte del padre Lodovico Caselli, lo studio e laboratorio venne preso in mano da Rosa (1896-1989) e Cecilia Caselli (1905-1996) che così proseguirono la tradizione familiare realizzando restauri e opere uniche come la raffigurazione del Cenacolo di Leonardo da Vinci.

Questa enorme vetrata di 40 mq (composta con 25 lastre di vetro di dimensioni diverse), le stesse dimensioni del dipinto originale di Leonardo, venne realizzata tra il 1925 e il 1931 su commissione del Cimitero monumentale *Forest Lawn Memorial Park* di Glendale a Los Angeles in California, in cui sono sepolte le più grandi star di Hollywood e dove si può ammirare ancora oggi.

Nello Studio – Museo si possono vedere il disegno su carta tesa su telaio diviso in riquadri e alcuni pezzi dell'opera (ad esempio il volto di Cristo) rotti durante la procedura di raffreddamento.

Le sorelle Caselli realizzarono anche opere uniche di pittura in miniature di vetro utilizzando vetro opalino, pennelli finissimi, poggiamao e giochi di specchi per riflettere bene la luce, dedicandosi a questa arte con dedizione e passione fino alla loro morte.



5.4.3. Le nuove generazioni e lo Studio, laboratorio e Museo Moretti - Caselli

L'eredità di Rosa e Cecilia è stata raccolta da Anna Matilde Falsethini (1948), nipote di Rosa e Cecilia che, ancora oggi, con le figlie Elisabetta e Maddalena Forenza continuano la tradizione e l'attività di famiglia.

Lo studio Moretti Caselli è situato in una residenza quattrocentesca appartenuta alla famiglia Baglioni, una delle più importanti di Perugia, da sempre in lotta con il papato per il controllo del territorio. Tra il XV e il XVI secolo Papa Paolo III cacciò i Baglioni da Perugia e rase al suolo tutte le case della famiglia costruendoci sopra la sua fortezza, la Rocca Paolina. L'unico edificio che si salvò fu proprio la casa di Guido Baglioni, che dal 1571 al 1810 ospitò il Collegio Bartolino, residenza universitaria di proprietà della Libera Università di Perugia. Francesco Moretti lo acquistò nel 1894 e da allora il palazzo è residenza e Studio Moretti Caselli.

Dell'antico Palazzo sono stati mantenuti intatti l'impianto quattrocentesco e gli affreschi d'epoca, restaurati dallo stesso Francesco Moretti.

Nei locali adibiti a laboratorio si possono vedere i telai per dipingere, i colori, le fornaci e gli strumenti che ancora oggi permettono di realizzare vetrate dipinte a fuoco.

Durante le visite guidate che sono effettuate in italiano e in inglese da un membro della famiglia si possono vedere il "laboratorio dei colori", i saloni quattrocenteschi con i telai, le opere di Rosa e Cecilia Caselli, bozzetti, disegni e studi preparatori delle vetrate eseguite fino ad arrivare alla vecchia fornace utilizzata per la cottura delle tessere di vetro. Sono anche esposti vetri colorati, strumenti del mestiere, documenti, calchi di gesso e fotografie di modelli che venivano sviluppate nello studio stesso.

Alla fine della visita è anche possibile assistere ad una piccola dimostrazione dei vari passaggi fondamentali per la lavorazione di una vetrata. Lo Studio organizza anche corsi e workshop per imparare il taglio del vetro, la pittura e la legatura a piombo.

Tutte le visite sono organizzate previo appuntamento e vengono personalizzate a seconda dei gusti del visitatore che può essere interessato al laboratorio chimico con ricette sulla composizione di colori; sulle tecniche di restauro o sul disegno e cottura del disegno su vetro.

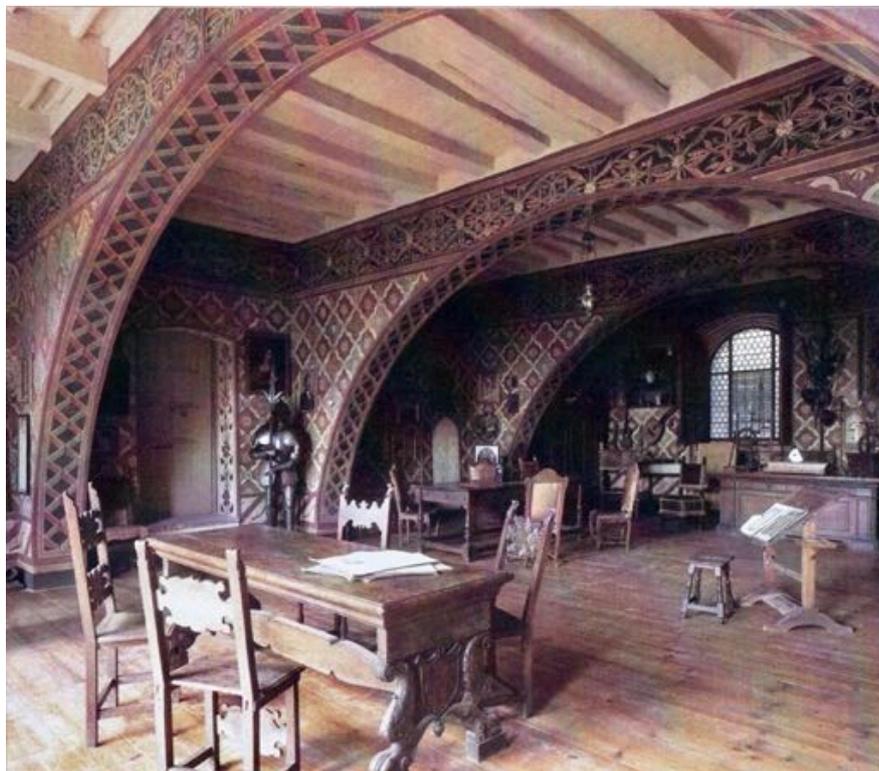
5.4.4. *La Tecnica*

L'arte della pittura su vetro era praticata soprattutto nel medioevo ed è andata man mano scomparendo dal XV secolo fino all'800, quando Francesco Moretti, pittore e restauratore riscopre questa arte appassionandosi al punto di studiare nuove tecniche da fondere alle metodologie tradizionali.

Dipingere su vetro non è semplice perché oltre al disegno, al sapiente uso dei cromatismi, occorre tener conto della luce. Il fattore luce è fondamentale per scegliere i colori e per decidere come stenderli. Proprio per questo motivo, per la migliore resa è indispensabile conoscere dove la vetrata verrà collocata e studiare in loco i movimenti del sole.

Partendo dagli schizzi vengono successivamente preparati numerosi bozzetti, disegni a grandezza naturale (talvolta montati su leggere intelaiature di legno) e anche fotografie di modelli in posa. La fase seguente prevede il passaggio del disegno a grandezza reale, arrivando alla scelta e al taglio del vetro per poi passare alla preparazione della pittura, effettuata sempre contro luce naturale con pigmenti in polvere miscelati al momento.

Per fissare il colore si effettua la cottura anche 3 o 4 volte e tutto si conclude con la legatura a piombo che consente di assemblare le tessere di vetro e di comporre la vetrata nella sua completezza.



5.5. Le proposte di “Glass Tourism” per Piegaro e Perugia: una nuova OFFERTA

Il piccolo borgo di Piegaro non è molto conosciuto in Italia mentre, paradossalmente, lo è in Nord – Europa e negli Stati Uniti. La regione Umbria soffre molto la vicinanza dell’ingombrante Toscana e la promozione viene spesso attuata comunicando questa caratteristica come punto di forza, invece di costruire e consolidare un’identità autonoma. Ulteriore criticità è rappresentata dal fatto che a livello internazionale la regione Umbria difficilmente partecipa a fiere di settore e la stragrande maggioranza degli operatori stranieri conosce solo le destinazioni principali come Assisi, Spoleto e il Lago Trasimeno.

Come ad Altare, il target di riferimento di studiosi, ricercatori e studenti, seppur limitato già esiste e, a differenza di quanto avviene con Altare, esiste la possibilità di trovare varie sistemazioni ricettive che spaziano dagli Hotel 4 Stelle ai numerosissimi B&B e appartamenti presenti sia nel centro storico che nei dintorni.

L’offerta “Glass Tourism” sviluppata in collaborazione con il Museo offre le più svariate possibilità per la capacità organizzativa ben collaudata per l’organizzazione di workshop, pratica didattica per ogni fascia d’età e per gli eventi dedicati al vetro due volte l’anno: “Il Festival del vetro”, “I giorni del vetro/*The Glass days*” in agosto e “L’opera dei vetrai: estemporanea di artigianato del vetro/*The work of glassmasters: glass extemporaneous*” il mese di ottobre.

Per far sì che il **turista “motivato”** (studioso, ricercatore, studente,...) prolunghi in suo soggiorno, sono innumerevoli le proposte che il territorio può offrire e che possono essere presentate. Prima fra tutte quella **culturale**: borghi, paesi, reperti archeologici presentano le grandi civiltà che in questo territorio hanno lasciato la loro traccia: Etruschi, Romani e Longobardi. Un’ulteriore proposta è rappresentata dalla suggestiva città di Perugia che, in particolare, si collega con l’esperienza “Glass Tourism” attraverso la visita allo Studio – Museo – Laboratorio Moretti Caselli.

Per quanto riguarda l’**offerta naturalistica**, il territorio, oltre a presentare grandi spazi collinari coltivati a vigneto o uliveto in cui provare l’esperienza della raccolta delle olive tra settembre e ottobre e quella della vendemmia a ottobre, propone le suggestive Cascate delle Marmore e il Lago Trasimeno con il loto parco e con l’oasi naturalistica “La Valle”.

Già da solo il Lago racchiude più offerte allo stesso tempo: itinerari a piedi, a cavallo, in bicicletta. E ancora, sport acquatici: kitesurf, vela, windsurf, sci nautico, pesca sportiva e

amatoriale: Senza dimenticare i meravigliosi centri d'interesse storico e architettonico nei piccoli borghi e paesi sulla costa.

Se per certi aspetti potrebbe risultare complesso intercettare il **turista occasionale o casuale** che si trovi in Umbria ad esempio il cicloturista che non viene coinvolto in percorsi che comprendono Piegaro, potrebbe invece essere interessante proporre la visita di Piegaro e del Museo del Vetro per quelle famiglie con bambini che soggiornano sul Lago Trasimeno. La visita e l'esperienza didattica che i più piccoli e i ragazzi possono fare in questo luogo è unica e stimolante e coinvolge tutta la famiglia.

L'offerta **enogastronomica** del territorio invece riesce sempre a essere interessante per qualsiasi tipo di turista. L'area intorno a Piegaro offre svariati prodotti locali di altissimo livello come: la fagiolina del Trasimeno, lo zafferano di città della Pieve, il tartufo bianco e nero dei dintorni di Castiglione del Lago; l'Olio extravergine DOP dei Colli del Trasimeno nelle varietà *Dolce Agogia, Frantoio, Leccino e Moraiolo* e il vino autoctono *Grechetto e Gamay del Trasimeno*.

Le esperienze legate a questa tipicità sono il "Vino e Olio" Tasting Tour, le visite in fattoria o in aziende agricole che producono più prodotti agricoli, i percorsi de "la Strada del Vino" con visite in più cantine tra cui le famose Tenute Pomario e Lamborghini, e l'esperienza "top" unica in Italia nel suo genere: la visita al Museo e alla fabbrica della cioccolata Perugina dove è possibile seguire corsi di "maestri cioccolatieri".

Tenendo conto quindi dell'offerta del territorio e della possibile inconciliabilità di alcune offerte per la promozione del prodotto "Glass Tourism", dovranno essere evidenziate le peculiarità delle esperienze che si possono realizzare al Museo di Piegaro abbinate alla visita allo Studio Moretti Caselli che rappresenta il cuore del viaggio attraverso la storia del vetro del centro d'Italia per vivere l'esperienza del vetro in Umbria.



CAPITOLO 6 - Murano e le murrine veneziane

Occorre anzitutto sottolineare come Murano non abbia bisogno di particolari costruzioni di *storytelling* legato al vetro, in considerazione della sua storia e della sua visibilità internazionale, a differenza delle altre destinazioni trattate.

Murano, come detto in precedenza, ha però bisogno di riconquistare a livello internazionale la fama e la stima del passato. Occorre ristabilire il riconoscimento quale unica e indiscussa capitale della lavorazione del vetro affinché questo patrimonio non vada perduto o, peggio, schiacciato dalle pessime imitazioni che lo stanno danneggiando sia artisticamente che commercialmente.

Ricreare il nuovo brand Murano è un'operazione che è stata intrapresa da diversi anni dal "Consorzio Venezia Vetro", dal Consorzio Promovetro e da molti produttori e artigiani che intendono difendere il loro lavoro e l'arte plurimillennaria di Murano.

Il progetto Glass Tourism si prefigge l'obiettivo di presentarla sotto una luce diversa. Una nuova immagine, che sia svincolata da Venezia, ma soprattutto che possa creare curiosità rispetto a una riscoperta dell'arte vetraria di Murano che parta da un manufatto esclusivamente muranese: la murrina che, insieme alle perle veneziane, molto ha contribuito a elevare l'arte vetraria di Murano.

Oltre al vetro artistico di Murano esistono altre due produzioni tipiche per lungo tempo trascurate: quella delle perle di vetro e quella delle murrine.

Le murrine hanno origini antichissime, risale infatti al periodo tra il IV e il III secolo a. C., e venne soppiantata quando fu inventata la canna da soffio.

La loro origine può essere fatta coincidere con quella di produzione del vetro mosaico: una colata di amalgama di vetro in stampi aperti, successivamente sviluppatasi rifondendo bacchette di vetro con sovrapposizioni di colori diversi che, tirate in lunghezza davano origine a un disegno costante per tutta la lunghezza. Le bacchette, tagliate a "fettine" dalle abili mani degli artigiani, riportavano quindi sempre la stessa decorazione. Un semplice mix di colori creato accostando bacchette di colore e forme diverse consentiva di comporre nuove figure e nuovi disegni.

Con la caduta della Serenissima nel 1797 vennero abolite le corporazioni di mestiere e l'arte vetraria di Murano entrò in crisi.

La continua domanda di perle però, nonostante la concorrenza della Boemia, riuscì a far sopravvivere alcuni fornaci da canna e smalti, così da arrivare alla metà del XIX secolo quando la

ripresa della lavorazione del vetro soffiato avviò un nuovo periodo di rinascita dell'arte del vetro muranese.

Le murrine, che inizialmente venivano chiamate vetro-mosaico e successivamente con l'introduzione della tecnica di Salviati millefiori, a seguito della partecipazione di Vincenzo Moretti all'Esposizione Universal di Parigi nel 1878 prenderanno il nome definitivo di murrine.



6.1. Le Canne di Vetro e le nuove tecniche

Per formare un oggetto in vetro di vari colori si usano più bacchette che, portate a temperatura, possono essere soffiate o modellate tramite l'utilizzo di stampi per fare loro assumere varie forme. Queste bacchette di vetro a Murano sono chiamate “canne”. Possono essere massicce o forate, monocromatiche o a più colori. Alla fine del processo di “cottura” le aste che trattengono la massa vetrosa vengono “tirate” da due “tiradori” che, camminando in direzione opposta allungano la canna riducendone il diametro fino alla dimensione desiderata. Dopo aver creato il primo “cilindro” il processo viene ripetuto una o più volte, aumentando l'effetto di marmorizzazione a ogni aggiunta di colore, e arrivando a ottenere una canna finale a fasce cromatiche concentriche.

Esistono vari tipi di canne, in particolare per la realizzazione di manufatti in vetro soffiato o *a mosaico* si utilizza la canna massiccia, mentre per la preparazione delle perle si usa la canna forata.

Per creare le perle esistono principalmente 2 tecniche: a canna forata e a lume.

Si possono infatti distinguere perle da *canna* ottenute da una canna forata che viene tagliata e rifinita mediante molatura o lavorazione a caldo e perle a lume come più modernamente vengono oggi chiamate, oppure da *avvolgimento*, realizzate fondendo con il calore di una fiamma una bacchetta di vetro attorno ad un tondino di ferro o *speo*⁵⁶ opportunamente preparato rifinandole poi secondo una infinità varietà di modelli.

Dal XV secolo nasce un nuovo modo di fare perle con una canna forata. Le perle realizzate da una canna da vetro forata vengono chiamate *margarite*. Questo nome deriva dal latino, in cui *margarita* significa perla.

Le perle a lume venivano realizzate nell'inizio del '600 con la luce di una lanterna. Il perlaio, chiamato anche *supialume*, lavorava al fuoco di una lucerna, utilizzando un mantice il cui il getto d'aria, sapientemente direzionato, consentiva di dare forma al vetro. Il disegno, una figura, un ornamento, venivano aggiunti nella fase finale sulla superficie esterna della perla.

Un esemplare di queste antiche lucerne è conservato presso il Museo municipale di Nevers, città francese anch'essa famosa per essere stata un importante centro di lavori a lume.

Quando fu ideata, questa tecnica la produzione di perle ebbe un grande impulso e diede origine nel 1629 a una nuova Corporazione di mestiere (arte o scuola come si diceva a Venezia)

⁵⁶ **Speo.** Spiedo in dialetto veneziano

Nel 1935 Ercole Moretti inventò un innovativo “speo”: il tubicino di ferro veniva sostituito da un tubicino di rame che, completata la perla viene dissolto nell’acido nitrico lasciando un foro sottile utile per l’infilatura.

Recentissimo è l’inserimento delle perle di vetro veneziane nella lista del Patrimonio Culturale Immateriale dell’Umanità.



Sarpellon G., “Murrine e Perle Veneziane”

6.2. Domenico Bussolin, Giovanni Battista Franchini e il figlio Giacomo Franchini

All'inizio dell'Ottocento con la fine della Serenissima (1797), l'abolizione delle corporazioni delle arti e la fortissima concorrenza straniera, la produzione vetraria di Murano entrò in una crisi che sembrava decretarne la fine.

Rimaneva però ancora vitale la produzione della canna sia forata che massiccia per la produzione delle perle.

In questa situazione precaria, il giovane **Domenico Bussolin** decise di aprire una fornace di vetri artistici riprendendo la lavorazione del vetro a filigrana scomparso alla fine del XVIII secolo. Dopo anni di enormi difficoltà fu costretto alla chiusura ma a lui si deve il grande merito di aver ripreso la lavorazione di canne chiamate "millefiori".

Giovanni Battista Franchini era un perlaio e non un vetrario ma insieme al figlio Giacomo hanno realizzato dei veri e propri capolavori onorando l'arte vetraria.

Giovanni Battista Franchini aveva trasformato il suo banco di perlaio in una mini fornace, riuscendo a realizzare una nuova canna millefiori accostando e fondendo insieme varie tessere come un mosaico. Grazie alla sua capacità di perlaio di disegnare a caldo riusciva facilmente a distendere i colori ottenendo così un'alternanza di fasce colorate in campi monocromi. Tra il 1843 e il 1845 riuscì in questo modo a creare canne complesse componendo "canne di canne" composte dall'unione di più canne semplici. Il successo raggiunto nel comporre questo tipo di millefiori resero possibile la fabbricazione di canne contenenti disegni diversi.

Tra il 1843 e il 1848 insieme al figlio Giacomo crearono canne o cannelle per le miniature a millefiori. Nel 1845 il figlio Giacomo creò canne dedicate a tutte le lettere dell'alfabeto e numeri da zero a nove, riuscendo così a comporre parole, nomi, sigle, e arrivando con maestria assoluta a riuscire a comporre figure estremamente complesse (famosa è la miniatura del ponte di Rialto del 1847) e ritratti.

L'idea di contenere una miniatura o un ritratto in una canna di vetro sarà ripresa 25 anni dopo dal vetraio Luigi Moretti (figlio di Vincenzo) che, lavorando in una fornace più attrezzata del semplice tavolo di lavoro del perlaio, riuscirà ad ottenere risultati interessanti.

6.3. Vincenzo Moretti e la nascita delle murrine

Quando nel 1867 Antonio Salviati (uno dei principali artefici della rinascita dell'arte vetraria muranese del '800) decise di aprire un nuovo stabilimento per la produzione di mosaici a Murano, chiamò a lavorare da lui Vincenzo Moretti e Luigi Dalla Venezia.

La storia della riproduzione dei vetri murrini di epoca romana infatti era riconducibile a un'iniziativa del 1871 di Antonio Salviati, che aveva realizzato i primi vetri detti "a millefiori". Nel 1871 la struttura alla base dei vetri millefiori di Antonio Salviati era una canna a disegno concentrico semplice. Nel 1873 la Compagnia Venezia Murano (C.V.M.) riceve da Augusto Castellani, gioielliere romano, una collezione di antichi vetri romani tra cui alcuni frammenti di vetro mosaico. Da qui scaturì l'idea di Vincenzo Moretti di riprodurre fedelmente i colori e le forme delle canne che già si fabbricavano ad Alessandria d'Egitto e nei territori dell'impero romano intorno all'anno 1000.

Vincenzo Moretti (1835- 1901) si fece inizialmente apprezzare per la sua capacità di riprodurre i vetri romani ed egiziani chiamati millefiori e non ancora vetri murrini, nome che verrà usato per la prima volta in occasione dell'esposizione universale di Parigi nel 1878 e che caratterizzò una parte dell'attività della Compagnia Venezia Murano (CVM). Moretti aveva iniziato a lavorare con il vetro come un semplice *tiracanna* nella fabbrica di conterie.

Le paste vitree, i colori, le forme furono imitate alla perfezione adottando la tecnica antica anziché la soffiatura. Questa tecnica consiste nel disporre su una piastra le singole fettine di canna secondo il disegno prestabilito per poi saldarle a fuoco. Vincenzo Moretti prese come esempio i lavori a intarsio che venivano utilizzati per fabbricare spille e pendenti (i medaglioni di Bussolin del 1838 circa) e pensò di creare una canna che potesse riprodurre una decorazione simile, facile da ricavare con una semplice operazione di taglio e spianatura. Moretti realizzò inoltre canne di varie forme: quadrate, rettangolari, trapezoidali, triangolari, con una serie di accostamenti e incastri che dovevano ricordare l'intarsio. Altra sua aspirazione era quella di usare dei colori nuovi e disegni più complessi.

Per fare questo doveva prima preparare i nuovi vetri colorati di canne semplici e doveva capire se fossero compatibili fra loro e successivamente trovare il modo in cui riunire tutte le canne semplici in un'unica canna finale.

Pensò quindi di utilizzare un cilindro per poter accostare tutte le canne a freddo e legarle insieme con lacci metallici. Il cilindro veniva quindi riscaldato lentamente e sottoposto alla stiratura per ottenere una lunga canna. In questo modo il disegno restava fisso e perfetto come era stato

posizionato prima della lavorazione della canna.

Questa nuova invenzione suscitò l'ammirazione dell'Abate Zanetti⁵⁷ che lo citerà nella sua monografia dell'arte vetraria. Proprio per l'Esposizione Universale di Parigi del 1878 l'Abate Zanetti cambierà il nome da millefiori e userà il nome vetri murrini⁵⁸, denominazione che diventerà definitiva nel vocabolario vetrario muranese per individuare qualsiasi vetro composto con tante piccole canne colorate contenente un qualsiasi disegno. Questo tipo di lavorazione caratterizzò una gran parte dell'attività della Compagnia Venezia Murano (CVM).

Si deve inoltre ricordare che solo un anno prima dell'Esposizione Universale di Parigi (nel 1877) il Salviati uscì dalla Compagnia Venezia Murano non abbandonando però la produzione di millefiori che avrebbe continuato a svolgere nella sua fornace. Dopo l'Esposizione di Parigi, rimase molto contrariato dal fatto che le murrine di Vincenzo Moretti fossero state presentate come una novità e non come il risultato di un lavoro avviato da lui con i vetri millefiori. Inizierà quindi una competizione con Moretti che durò però solo qualche anno, fino a che decise di abbandonare la produzione di murrine, concentrandosi sulla produzione di mosaico e vetri soffiati.

Vincenzo Moretti riuscì a creare un'enorme quantità di colori variamente combinati e tutti perfetti per realizzare le sue splendide murrine e altre opere d'arte oggi raccolte e custodite in collezioni private e in vari musei. Delle sue murrine rimangono 102 formelle nel campionario che è oggi diviso in tre collezioni ereditate da tre rami della famiglia Moretti. Il campionario mostra piccole formelle 4x4 cm, le diverse combinazioni di disegni e colori da lui realizzate e che oggi un ramo della famiglia, e precisamente le tre figlie di Andrea Moretti scomparso nel 2016, su un'idea del padre hanno trasportato su seta, cashmere e chiffon, l'arte del loro celebre antenato.

⁵⁷ **Abate Zanetti.** Nato a Murano nel 1824, iniziò come apprendista nella fabbrica di Conterie dove il padre era un maestro vetraio, ma sentendo la vocazione per il sacerdozio frequentò il seminario e nel 1850 fu ordinato sacerdote. Fu colui che istituì quello che oggi è il museo del vetro di Murano (1861) e una scuola di arte vetraria a Murano (1862).

⁵⁸ **Vetri murrini.** Nome che ha origini lontane. Deriva da *vasa murrina* e venne usato da Plinio il Vecchio nei primi anni dell'anno 1000.

6.4. Giuseppe e Giovanni Barovier

Il nome dei Barovier è famoso per l'invenzione del capostipite Angelo, del vetro "cristallo o cristallino" risalente alla metà del XV secolo.

La fama che raggiungono nel '800 è legata alla produzione di leggerissimi soffiati a imitazione o reinterpretazione dei vetri muranesi dei secoli precedenti ma anche loro contribuirono alla produzione delle murrine sia nel '800 che nei primi anni del '900.

Le poche murrine create da Giovanni Barovier sono state realizzate con la tecnica praticata da Vincenzo Moretti ma, mentre per il Moretti la produzione di murrine rappresentava l'attività principale, per Giovanni Barovier non era al centro del business.

Dopo oltre 40 anni in fornace, il figlio di Giovanni, Giuseppe decise di dedicarsi anche alle realizzazione di alcune murrine che gli permettevano di mettere in pratica la sua passione per la pittura. La produzione si riscontra in particolare negli anni 1913 e 1914 e, successivamente, nel 1924, quando realizza murrine in stile Liberty molto in voga in quegli anni.

Con Giuseppe Barovier lavorò Antonio Salviati che produsse nella sua fornace alcuni disegni di Giuseppe.

Nel 1914, insieme, partecipano alla XI Biennale di Venezia. Le opere presentate in questa occasione decretano la fine della storia delle murrine cosiddette "antiche". Della produzione Salviati – Barovier sono rimaste oggi poche testimonianze.

Alcune murrine e diversi disegni progettuali sono ora di proprietà degli eredi della famiglia.

6.5. Le perle veneziane

Quella delle perle è da considerarsi una seconda lavorazione del vetro.

Le perle infatti non vengono ottenute modellando il vetro preso dal fuoco del crogiolo bensì utilizzando un semilavorato in vetro precedentemente preparato: la canna.

La storia della perla di vetro è stata per lungo tempo sconosciuta ai più tranne a collezionisti e studiosi affascinati da questo piccolo oggetto considerato più un prodotto artigianale che un'opera d'arte vetraria.

In realtà la storia del vetro artistico inizia proprio con le perle se si pensa che in Mesopotamia sono state ritrovate perle risalenti a oltre quattromila anni fa.

Le perle sono sicuramente figlie delle prime espressioni di vetro mosaico in quanto entrambi provengono dalle bacchette di vetro (o "canne", come vengono chiamate a Murano).

Purtroppo, delle perle del passato non rimangono molti reperti se non i campionari del '800 e del '900 che i commercianti e gli artigiani preparavano per i loro clienti.

Dopo la caduta della Serenissima nel 1797, le perle svolsero un ruolo molto importante per la rinascita dell'arte vetraria di Murano. Infatti, in quegli anni bui Murano continuò a essere il centro mondiale di produzione di perle sia per richiesta della materia prima, "le canne", sia per il commercio di perle in tutto il mondo.

6.5.1. Le perle di conteria

Le perle conterie o comunemente chiamate perline sono ottenute da canna forata tirata e venivano prodotte con lavorazione industriale nelle Antiche Conterie⁵⁹ fino al 1973 con un processo complesso che comprende più fasi di lavorazione.



⁵⁹ Gran parte della vecchia fabbrica è oggi un Hotel 4 stelle, Hyatt Centric Murano Venice, della compagnia internazionale Hyatt.

6.5.2. *La perla rosetta*

La perla in assoluto più famosa, al punto da essere l'unica ad avere un nome dedicato, è la perla rosetta.

Realizzata su disegno di Marietta Barovier, prima donna imprenditrice di una fornace, le perle “Rosetta” sono state prodotte sia con foro (come perla) che senza foro perché spesso utilizzata anche nella produzione di vetri soffiati.

La perla rosetta si ottiene da una canna forata composta da sei strati di vetro (bianco, blu, bianco, rosso “coppo”, bianco, blu) sagomati in modo da formare cinque stelle concentriche a 12 punte.

6.6. Storia di perleri e perlere

Nonostante lo spostamento a Murano delle attività delle vetrerie dietro volere del Maggior Consiglio della Serenissima nel 1292, i *perleri* e soprattutto le *perlere* (è un lavoro che veniva svolto prevalentemente da donne) potevano continuare a operare in città e in particolar modo nel sestiere di Cannaregio. La loro operatività si concentrava lungo le rive della Misericordia, della Sensa, degli Ormesini, di Madonna dell’Orto e di San Girolamo perché lavorando con piccole quantità di vetro il fuoco utilizzato non avrebbe potuto recare il pericolo di un incendio. Non avevano bisogno di una particolare attrezzatura, solo una lampada alimentata inizialmente con grasso animale, che emanava comunque fumi maleodoranti, e un mantice per ravvivare e direzionare la fiamma.

Fino al XV secolo, molti perleri continuarono a produrre in città *veriselli* e *paternostri*, gemme di vetro che imitavano le pietre preziose o che venivano utilizzate come perle per i rosari (*paternostri*). Ben presto però, dalla produzione di *veriselli* e *paternostri* i perleri e le perlere di Cannaregio passarono a una produzione personalizzata di canne forate, riconversione non gradita dai vetrai muranesi che volevano mantenere il loro monopolio della produzione della canna.



6.7. Le impiraresse

Le perle realizzate a Murano e nelle storiche conterie venivano affidate alle abili mani delle impiraresse (*impirar*, dal veneziano infilare) che lavoravano a casa coordinate da una *mistra*, intermediaria fra le impiraresse e il proprietario della fornace. Come le fiascaie di Empoli e Piegara, queste donne di tutte le età contribuivano al bilancio familiare soprattutto in periodi di guerra. Quando potevano, si riunivano a lavorare tutte insieme in strada. Questo avveniva principalmente nel sestiere di Castello: in campo Ruga, nel Campo della chiesa di San Pietro di Castello e dietro viale Garibaldi vicino a San Giuseppe.

La loro abilità era di tenere in mano contemporaneamente quanti più aghi possibili (le più abili riuscivano a gestirne fino a 60) e con movimenti veloci e sicuri raccoglievano le perle di varie dimensioni dalla sessola (grande vassoio di legno) tenuta sulle ginocchia, formando matasse di perle.

Le impiraresse erano pagate a cottimo, e una percentuale del salario era destinata alla *mistra* che distribuiva le materie prime e ritirava il prodotto finito settimanalmente per conto della fornace.



6.8. Le proposte di “Glass Tourism” per Murano: una nuova OFFERTA

L’offerta di “Glass Tourism” pensata per Murano si discosta completamente dalle tre proposte per Altare, Piegaro, Empoli che vedono coinvolti tre profili di turisti: il turista motivato, il turista casuale e il turista occasionale.

Per Murano, la formulazione dell’offerta è stata pensata in un’ottica di riposizionamento, attuando in fase di lancio dell’offerta “Glass Tourism” una proposta che veda alla base un “content” nuovo orientato a incuriosire il potenziale turista che arriva in Italia per scoprire i luoghi del vetro.

Purtroppo occorre in sincerità evidenziare come nell'estate 2018 si sia persa un'opportunità unica di promozione. E' infatti passata quasi totalmente inosservata agli organi di stampa, agli amministratori e a moltissimi artigiani e operatori del settore la *G.A.S.*⁶⁰ (Glass Art Society) *Conference* che per la prima volta si è svolta in Italia e proprio a Murano, in quanto luogo di eccellenza dell'evoluzione dell'arte vetraria. I feedback degli organizzatori non sono stati molto lusinghieri e, pur non essendo chiaro a chi possano essere reputate responsabilità, rimane certo che Murano non ne sia uscita bene.

Un evento che invece negli ultimi anni sta portando riscontri positivi è la “Venice Glass Week”. Anche in questo caso si segnalano però criticità, prima fra tutte quella di essere organizzata a settembre, mese già saturo di eventi internazionali che fa passare questa bellissima rassegna in secondo piano. Sempre promossa troppo tardi e a livello più che altro locale, con l’idea - a idea degli operatori professionali del turismo sbagliata - che gli ospiti internazionali e nazionali presenti in città per gli altri eventi tipo Mostra del Cinema o Premio Campiello, possano essere attirati automaticamente in questa manifestazione senza dover avviare opportune campagne di comunicazione.

In merito al contributo che “Glass Tourism” può dare nella fase di lancio, si evidenzia con forza come diventi indispensabile procedere con un’attività più a larga scala di rebranding della destinazione Murano, da svolgere in collaborazione con il Consorzio Promovetro, in una logica condivisa già valutata e definita come percorribile. Si rende quindi necessario avviare ulteriori sinergie che consentano realmente di attuare una nuova, vera rinascita di Murano e del

⁶⁰ La **GAS Conference** è, un manifestazione di tre giorni dedicata a dimostrazioni della lavorazione del vetro di importanti artisti, conferenze, a seminari e attività varie. Questa manifestazione si svolge ogni anno in una sede nota per la produzione o lavorazione del vetro artistico, quasi sempre negli Stati Uniti.

suo artigianato artistico del vetro.

L'idea di "Glass Tourism" è inoltre quella di far rivivere il simbolo di Murano, il Gallo, legandolo in modo emblematico alla proposta iniziale di Glass Tourism di promozione attraverso la storia delle murrine e delle perle veneziane.

Sono pochi infatti anche i veneziani che sanno che l'isola di Murano ha un proprio simbolo, e questo elemento aneddótico può rappresentare un fulcro interessante per uno storytelling innovativo. La storia di questo emblema è legata alla perdita di indipendenza dell'isola, che il 1 gennaio 1924 venne aggregata al Comune di Venezia.

Nel mese di dicembre del 1923 ebbero luogo diverse manifestazioni di protesta e la più clamorosa delle quali fu l'affronto fatto ai veneziani gettando in acqua il Leone di San Marco ubicato in cima a una colonna in Fondamenta dei Vetrai. Inoltre, i muranesi pensarono di realizzare il gallo, simbolo dell'isola, riproducendolo in una canna di vetro e ricavandone così tante piccole murrine che ciascun muranese doveva portare sull'occhiello della giacca quale simbolo dell'orgoglio muranese.

Si narra che durante il Consiglio Comunale nel dicembre del 1923, l'ex Sindaco Libero Vitali, nominato commissario dovette fronteggiare le varie manifestazioni organizzate per rivendicare l'autonomia dell'isola tra cui ricevere da un gruppo di muranesi un canna con rappresentato il gallo. Con sprezzante diniego la gettò per terra. Questa, rompendosi, si trasformò in tanti piccoli galli che convalidavano il volere di autonomia e di identità dei muranesi.

Questo episodio viene ricordato anche da Giovanni Sarpellon nel suo libro con questa frase: "fu l'ultimo canto del gallo ma non l'ultima murrina"!

In aggiunta ai nuovi itinerari alla scoperta di Murano che oltre alle vetrerie (alcune ancora ospitate in edifici di interesse storico) può vantare anche delle bellissime attrattive architettoniche e culturali; possono essere proposti due suggestivi tour che si svolgono abitualmente solo durante la Venice "Glass Week" a cura del "Comitato per la Salvaguardia dell'Arte delle Perle di Vetro Veneziane" per avvicinare in un altro modo i turisti che alloggiano a Venezia all'arte del vetro e in questo caso al lavoro importantissimo svolto dalle *perlere* e *perleri* e dalle *impiraresse* ancora oggi.

CAPITOLO 7 - Conclusioni

Il progetto Glass Tourism : il *perché* del progetto

L'idea, apparentemente ambiziosa, di inventare un nuovo segmento turistico ha preso il via inizialmente sotto forma di sfida con me stessa, ma in breve tempo si è trasformato in un obiettivo da raggiungere per valorizzare luoghi poco conosciuti che tanto meritano, e per cercare di tener vivo il ricordo di un glorioso passato.

A questi presupposti fondativi si è aggiunta la volontà di valorizzare il patrimonio della lavorazione del vetro, un'arte poco apprezzata, considerata spesso più una maestria artigianale che un'espressione artistica figurativa.

Non essendo esperta nella lavorazione del vetro, la ricerca è iniziata con il tracciare una panoramica storica e parzialmente tecnica, descrivendo da un punto di vista storico la nascita del vetro e di quella tecnica che rivoluzionò il modo di produrlo: la soffiatura.

Il percorso di progettazione di una nuova offerta ha previsto una prima fase di analisi di fattibilità e di contesto, volta a verificare le potenzialità, gli attributi funzionali e i valori simbolici che ciascuna delle destinazioni individuate poteva giocare nella formulazione di una nuova offerta, selezionando per ognuna oltre all'elemento culturale il fattore esperienziale per una domanda parzialmente esistente e potenziale di turista culturale internazionale.

Per le diverse destinazioni sono state analizzate le criticità e le potenzialità, per determinarne il posizionamento e valutare il possibile vantaggio competitivo nei confronti di altri segmenti molto forti nel territorio circostante.

Attraverso la consultazione di riviste scientifiche, articoli sul turismo culturale e siti web, istituzionali e non, dei territori, si è quindi definita la base operativa.

In particolare, si è pensato di attuare una fase di lancio del progetto basata su di un sito internet dedicato che consenta di creare e distribuire agevolmente uno storytelling dei luoghi.

Per la creazione dello storytelling e l'individuazione delle emozioni che questi luoghi del vetro possono suscitare, ho effettuato una ricerca sul campo, intervistando stakeholder locali e, soprattutto, visitando questi suggestivi luoghi per provare in prima persona le emozioni da descrivere e trasmettere.

L'analisi è poi proseguita tracciando le varie esperienze complementari da abbinare a seconda della diversa tipologia di turista: quello motivato e quello occasionale.

Diversa invece l'attività svolta per Murano: in questo caso si è lavorato sulla costruzione di un'offerta turistica innovativa che facesse perno su un manufatto unico sul panorama mondiale, la perla di vetro, cercando di intercettare l'attenzione che questo straordinario oggetto sta attirando grazie al recente riconoscimento da parte dell'Unesco.

BIBLIOGRAFIA:

Casarin F. (2007), *Il marketing dei prodotti turistici. Specificità e varietà*, Volume Primo, Giappichelli, Torino

Casarin F. (2007), *Il marketing dei prodotti turistici. Specificità e varietà*, Volume Secondo, Giappichelli, Torino

Franch M. (2010), *Marketing delle destinazioni turistiche*, McGraw-Hill, Milano

De Carlo M. e Dubini P. (2008), *La valorizzazione delle destinazioni. Cultura e Turismo*, Egea, Milano

Lozato-Giotart J.P. e Balfet M. (2009), Capocchi A. (a cura di) *Progettazione e gestione di sistemi turistici. Territorio, sistemi di produzione e strategie*, Franco Angeli, Milano

Tamma M. "Destination management: gestire prodotti e sistemi locali di offerta", in FRANCH M. (a cura di), *Destination management. Governare il turismo tra locale e globale*, Giappichelli, Torino, 2002.

PIEGARO

Munaretto G. e Batinti A. (2007), *Parole Vetro. Arte e tradizioni a Piegaro dal XIII sec*, Era Nuova, Perugia

Giubbini e G. Santolamazza R. (2001), *La carta, il fuoco, il vetro*, Edimont, Perugia

Brochure turistiche varie

EMPOLI

Ciappi S. e Viti S. (2014), *Il Museo del Vetro di Empoli*, Pacini Editore, Pisa

Ciappi S. (2011), "Perché negli anni Trenta il vetro verde di Empoli riscontrò ampio consenso e attualmente è oggetto di studio e di collezionismo?" in M. G. Diani, T. Medici e M. Ubaldi (a cura di), *Produzione e distribuzione del Vetro nella storia: un fenomeno di globalizzazione. Atti delle XI Giornate Nazionali di Studio in memoria di Gioia Meconcelli, Bologna 16-18 dicembre 2005*, Editreg, Trieste, pp. 185-190

Paronetto L. e Bartolozzi G. (a cura di), *Il Fiasco Toscano*, Brochure informativa

Viti Pagni S. (1998), *Maestri Vetrai. L'Arte di lavorare il vetro nella tradizione empolesse*, Bandecchi & Vivaldi Editori, Pontedera (PI)

Brochure turistiche varie

ALTARE

Chirico M. (a cura di), (2009), *Il Museo dell'Arte Vetraria Altarese*, Catalogo, Tipografia Bacchetta, Albenga (SV)

Brochure turistiche varie

MURANO

Sarpellon G. (2003), *Perle e Murrine Veneziane*, Print House, Albignasego (PD) - Ristampato da MUVE Musei Civici Veneziani (2018) in occasione della Mostra "Murrine e Perle Veneziane"

Moretti G. (2009) *Ercole Moretti - Un secolo di perle veneziane e di prestigiosi manufatti in vetro*, Arcari Editore, Mogliano Veneto (TV)

Dorigato A. (2002), *L'Arte del Vetro a Murano*, Arsenale Editrice, Verona

ARTICOLI SCIENTIFICI

Mi X. J., Hagensen A. Kristiansen H. (2020), "Storytelling through experiencescape: Creating unique stories and extraordinary experiences in farm tourism", *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 20 (1), pp. 93-104.

Moscardo G. (2020), "Stories and design in tourism", *Annals of Tourism Research*.

Hartman S., Parra C., de Roo G. (2019) "Framing strategic storytelling in the context of transition management to stimulate tourism destination development", *Tourism Management*.

Leanza P.M., Porto S.M., Sapienza V. e Cascone S. M. (2016) "A Heritage Interpretation-Based Itinerary to Enhance Tourist Use of Traditional Rural Buildings", *Sustainability*.

SITOGRAFIA:

Word Stream, <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/19/travel-marketing-tips>

Similarweb Blog, <https://www.similarweb.com/corp/blog/launching-in-a-new-market/>

Orioly, <https://www.orioly.com/destination-development-through-niche-tourism/>

Shopify, <https://www.shopify.ca/blog/niche-markets>

Nichehacks, <https://nichehacks.com/niche-markets/2531-niches-for-affiliates>

Wikipedia, <https://it.wikipedia.org/wiki/Vetro>

Marketing Turistico, <https://www.marketing-turistico.com/il-fenomeno-del-turismo-culturale.html>

OMG, <https://www.originalmuranoglass.com/it/>

Museo del Vetro di Murano, <https://museovetro.visitmuve.it/>

ARTICOLI ON LINE

ACT Accademia Creativa Turismo, <https://www.accademiacreativaturismo.it/articolo-122/i-nuovi-trend-del-turismo-culturale> - **I nuovi trend del turismo culturale** di Marina Ricci (Redazione ACT)

Insula Spa, <https://www.insula.it/images/pdf/resource/quadernipdf/Q19-04.pdf> - **Murano e il distretto del vetro: aspetti socio-economici** di Andrea Tosi

Il Sole 24 Ore, <https://www.ilsole24ore.com/art/influencer-marketing-dall-approccio-tattico-quello-strategico-AEB19SF>

PIEGARO

UmbriaTourism, https://www.umbriatourism.it/it_IT/-/museo-del-vetro

PerugiaToday, <http://www.perugiatoday.it/eventi/festival-del-vetro-26-28-maggio-2017.html>

Gente in Viaggio, <https://genteinviaggio.it/alla-scoperta-di-piegaro-lantico-borgo-umbro-del-vetro/>

Comunità Montana Trasimeno - Medio Tevere, http://www.montitrasimeno.umbria.it/it/storia_delle_vetriere_di_piegaro

Bella Umbria, <http://www.bellaumbria.net/it/musei-e-gallerie-d-arte/museo-del-vetro-di-piegaro-al-trasimeno/>

Unica Umbria, <http://www.unicaumbria.it/made-in-umbria/artigianato/vetrate-artistiche/>

Museo del Vetro di Piegaro, <http://www.museodelvetropiegaro.it/pagine/il-territorio-di-piegaro>

EMPOLI

Fanpage, <https://travel.fanpage.it/empoli-visita-alla-citta-del-vetro/>

Visit Tuscany, <https://www.visittuscany.com/it/localita/empoli/>

Visit Tuscany, <https://www.visittuscany.com/it/prodottoartigianale/il-vetro-di-empoli/>

Visit Tuscany, <https://www.visittuscany.com/it/attrazioni/il-museo-del-vetro-di-empoli/>

Toscana nel cuore, <http://www.toscananelcuore.it/muve-museo-del-vetro-di-empoli/>

It's Tuscany, <https://www.itstuscany.com/it/il-vetro-verde/>

Museo del Vetro di Piegaro, <http://www.museodelvetrodiempoli.it>

ALTARE

I vetri di Sandro Bormioli, <https://www.bormioliartevetro.com/bernardo-perotto.html>

Made in Italy for me, <https://www.madeinitalyfor.me/info/il-fascino-del-vetro-in-italia-da-murano-ad-altare/>

Experience Liguria, <http://www.laliguriaracconta.it/2018/01/31/alla-scoperta-di-ville-castelli-e-musei-a-savona-e-dintorni/>

Comune di Altare, <http://www.comune.altare.sv.it>

Provincia di Savona, <https://www.provincia.savona.it/comune/altare>

Viaggi Art, <https://viaggiart.com/it/altare>

Touring Club Italiano, <https://www.touringclub.it/notizie-di-viaggio/in-liguria-alla-scoperta-di-altare-patria-del-vetro-soffiato>

Museo dell'arte vetraria altarese, <http://www.museodelvetro.org>