



Una bella immagine della linea di produzione alla Vetreria Etrusca e, a destra, alcuni esempi di bottiglie finite, frutto della creatività dei designer dell'azienda toscana

Protagonisti al Sime: Vetreria Etrusca

"La magia del vetro..." tra tradizione e futuro

Dalle prime intuizioni artigianali di oltre cinquant'anni fa alla creatività di forme e alla modernità delle tecnologie di oggi • Il percorso di questa celebre azienda toscana è sempre stato in ascesa, finendo per conquistare meritatamente i mercati mondiali

Conquistare 26 mercati del mondo, e farci un terzo del fatturato, non è impresa da realizzarsi in qualche settimana. Tuttavia alla Vetreria Etrusca sono abituati a pensare a lungo termine. Partiti agli inizi degli anni Cinquanta con una attività artigianale nel paese di Montelupo Fiorentino, sono costantemente cresciuti fino a diventare una realtà industriale moderna che si è posizionata all'avanguardia nella produzione del vetro cavo, sapendo riunire idee originali e design creativo. Senza per questo venire meno a uno stile, fatto di cura dei particolari e passione per il proprio lavoro, che è rimasto ancora oggi artigianale. «Noi in pratica facciamo solo bottiglie speciali», confessa oggi Roberto Bartolozzi, l'attuale amministratore delegato dell'azienda, «e stiamo riscontrando una crescita di interesse. C'è da dire che gli imprenditori del Nuovo Mondo e degli emergenti Paesi dell'Est europeo investono maggiormente sul packaging, ma anche da noi qualcosa si sta muovendo. Soprattutto in Toscana». Per bottiglie speciali, va spiegato, si intendono vetri di altissima qualità, controlli accurati sull'intera linea di produzione, dalle materie prime per la composizione del vetro, alla fusione, al ciclo di formatura, all'origina-

lità del design.

Il risultato alla fine è una bottiglia che rimane impressa nella memoria, alcune pesano addirittura 850-1.000 grammi, così come il loro contenuto, al quale donano prestigio indiscutibile. «I produttori», continua Bartolozzi, «si sono resi conto che devono segmentare maggiormente la loro produzione e differenziarla anche visivamente, tra le bottiglie del vino quotidiano e le Riserve, tanto per fare un esempio». Ed è così che i produttori italiani, anche grazie al vetro, hanno potuto posizionare verso l'alto la loro produzione di qualità.

«Oggi si ricerca l'innovazione nella tradizione», conclude Bartolozzi, «e noi cerchiamo soprattutto di vendere delle idee. Ecco così le bordeaux leggermente modificate in maniera creativa, le bottiglie dal collo lungo e stretto che, tra l'altro, abbattano i costi del sughero, ma danno un'immagine innovativa all'azienda che le utilizza. Attualmente, inoltre, c'è una vera e propria riscoperta del vetro extrabianco,

ottenuto da purissime sabbie francesi con un minimo contenuto di ferro, che dona riflessi splendidi ai vini rosati e ai passiti».

Insomma, con oltre 1.000 modelli diversi per capacità, tipo e colore e con uno staff di designer di assoluto livello pronti ad andare incontro a qualsiasi esigenza del produttore, Vetreria Etrusca dimostra ogni giorno di essere la risposta giusta in fatto di bottiglie o di contenitori. Già, perché, oltre al vino e ai distillati, la produzione d'eccellenza dell'olio extravergine d'oliva italiano e quella dell'aceto balsamico ha la necessità di avere bottiglie di prestigio e dalle forme innovative. È una conseguenza dell'accresciuta competizione globale che, quasi inutile ripeterlo, non si vince solo con la qualità del prodotto. L'immagine, nella nostra società, conta. Eccome.

Il merito di questa azienda fondata da Giovanni Bartolozzi e oggi guidata dai tre figli è allora proprio quello di aver compreso questa necessità e di mettere a disposizione dei produttori tutta la sua professionalità, il suo senso artistico e la sua costante capacità di leggere i tempi e la sensibilità estetica dei consumatori.

VETRERIA ETRUSCA

Via Maremmana, 70
50056 Montelupo Fiorentino (Firenze)
Tel. 0571.75.51 - Fax 0571.75.55.00
info@vetrieraetrusca.it
www.vetrieraetrusca.it

che cosa c'è di veramente innovativo nel prodotto», risponde. «Rispetto a soli 10 anni fa sono aumentate enormemente le selezioni clonali, basti pensare che, se una volta esistevano sei-sette cloni di Sangiovese, oggi abbiamo superato la ventina e, se il vigneto Italia è nettamente migliorato in questo periodo, molto si deve proprio alla selezione clonale».

Considerazioni analoghe giungono da Bruno Colombin, titolare di una delle più conosciute aziende di produzione di laggi in sughero. «Nonostante si respiri ancora una certa aria di preoccupazione», conferma, «mi sembra che si sia registrati un maggior afflusso in fiera. Per quello che ci riguarda l'andamento è buono. Certo il mercato negli ultimi anni ha risentito del forte aumento del prezzo del sughero».

E sulla stessa lunghezza d'onda si è posizionato Roberto Bartolozzi, amministratore delegato di Vetreria Etrusca. «È una buona edizione», afferma. «Noi che facciamo solo bottiglie speciali vediamo che c'è un maggiore interesse; d'altro canto, nei momenti di crisi del mercato la gente cerca di inventarsi qualcosa e se il Nuovo Mondo sta investendo molto sul packaging, è necessario che lo facciano anche gli italiani».

Sulla crescita di interesse da parte degli operatori stranieri si è invece soffermato Piero Garbellotto jr, rappresentante dell'ottava generazione dei famosi "botai" di Conegliano Veneto. «Un ottimo afflusso, con una crescita di richieste per la botte grande a scapito della barrique», commenta. «Noi, con i listini bloccati da ormai quattro anni grazie a un rimodernamento del processo produttivo che ci permette di contenere i costi, abbiamo registrato un +8% sul 2004, in



Roberto Bartolozzi, amministratore delegato di Vetreria Etrusca, mostra una delle ultime bottiglie sfornate dalla sua azienda. Sopra, alcuni esemplari destinati al mercato dei vini rosati

