

# I sarti del vetro che toccarono le stelle

I fiaschi impagliati degli anni Cinquanta, i vasi quadrati del Foie Gras, la Tuscia adottata da Parigi. Da oltre mezzo secolo i Bartolozzi rifanno l'abito a oli, vini, prodotti di eccellenza. Come quel Sassicaia inviato nello spazio

**C**HI C'ERA NON HA POTUTO CHE ESCLAMARE «è un vino celestiale», e certo il marchese Niccolò Incisa della Rocchetta non avrebbe trovato una definizione migliore per quel suo Sassicaia del 2002 che aveva viaggiato nello spazio. Solo poche settimane prima una partita della sua preziosa produzione aveva fatto ritorno dalla stazione orbitale con gli scienziati dell'azienda aerospaziale Kayser Italia, ritorno festeggiato dal marchese con una degustazione tra amici, i protagonisti della spedizione e soprattutto quella famiglia di "sarti del vetro" che grazie a una speciale bottiglia avevano reso possibile il viaggio della Ferrari del vino italiano tra le stelle. Non era la prima volta che i Bartolozzi si prendevano cura del Sassicaia «già negli anni Novanta avevamo realizzato per il marchese delle bottiglie anticontraffazione che recavano inciso il nome della Tenuta San Guido. La spedizione spaziale avvenne nel 2005 quando la nostra **Vetreria Etrusca** vantava già una lunga carriera nella produzione del vetro su misura».

Andrea Bartolozzi se lo ricorda come fosse ieri lo stabilimento di Montelupo Fiorentino, dove nel '51 suo padre aveva iniziato l'avventura di quella che il ministro Claudio Scajola avrebbe ribattezzato «un modello di imprenditoria italiana», con un fatturato 2008 pari a circa 46 milioni di euro e oltre

150 dipendenti. Ma anche questa è storia recente, racconta l'ad di **Vetreria Etrusca**, «per capire la storia che ci ha portato da un piccolo borgo delle colline fiorentine ad ogni angolo del mondo e oltre, fino alle stelle, dobbiamo tornare agli anni Cinquanta, quando il babbo diede vita alla piccola Cooperativa degli operai vetrai». Anni di piccole gioie e dura fatica per il mondo artigianale che usciva dalla Seconda guerra mondiale e che Giovanni Bartolozzi, presidente di **Vetreria Etrusca** e del Consorzio del fiasco toscano, ha raccontato nel bel libro *Fiorenza e Gigliola, Storia di una fiascaia* (Giunti Gruppo Editoriale): «il fiasco, soffiato e ideato nel Trecento nelle fornaci di Firenze, rivestito di paglia fin dal Rinascimento nel Valdarno ed esportato in tutto il mondo era allora un simbolo di italianità in un mercato vinicolo dominato dalle bordolesi e borgognotte francesi. Quello che fece papà fu una rivoluzione copernicana: cominciò a produrre fiaschi con le macchine semi-automatiche, riducendo drasticamente i costi di produzione e realizzando bottiglie con imboccature di dimensioni costanti, che presentavano maggiori garanzie di chiusura. Fu un successo».

In omaggio alla terra abitata dall'antico popolo etrusco la cooperativa cambia denominazione e inizia ad evolversi nel mondo degli oggetti per la tavola unendo alla sa-





Sopra, la produzione nello stabilimento di Altare (Sv), la prima bottiglia prodotta dopo il restyling, uno shuttle prossimo alla stazione orbitale. Sotto, la sede di **Vetreria Etrusca** a Montelupo Fiorentino (anni 50). In basso, da sinistra, Roberto, Andrea, Giovanni e Riccardo Bartolozzi



piante lavorazione del vetro un ingrediente che avrebbe fatto in fretta la differenza sul mercato: la fantasia. «Il babbo cominciò a disegnare bottiglie dalla forma accattivante, da riutilizzare come oliere, acetiere, perfino lampade, candelieri e oggetti decorativi e presto le aziende vinicole iniziarono a chiederci di valorizzare i loro prodotti con un packaging speciale. Cominciammo con il Chianti, finimmo per diventare la "sartoria" anche dell'olio toscano, disegnando bottiglie con manico e beccuccio come la Tuscia che nel 1990 sarebbe stata adottata a Parigi come simbolo dell'anno mondiale dell'olio».

Proprio dalla Francia arriva la richiesta che porta **Vetreria Etrusca** a varcare i confini della produzione nel mondo vinicolo e oleario: «All'inizio degli anni Novanta un importante produttore di Foie Gras ci chiese di realizzare un vaso di vetro che consentisse di mantenere la forma "quadrata" del "bloc de foie gras" fresco. Per la prima volta nel mondo vetrario, veniva chiesto di realizzare un vaso non solo di forma quadra, ma con imboccatura quadra, cosa che avrebbe richiesto lo sviluppo di un'apposita guarnizione in caucciù, una chiusura metallica, un tappo in vetro che garantisse un sigillo ermetico per il confezionamento e la sterilizzazione del contenitore. Dopo lunghe prove è nato il vaso Le Carrè». Contemporaneamente **Vetreria Etrusca** s'ingegna nella realizzazione di bottiglie per l'olio inviolabili, atte, grazie a speciali capsule all'imboccatura, a condire ma non ad essere "recuperate" e riempite di olio contraffatto, e nella produzione di vasi per sottoli e sottacetì. La distribuzione si estende, l'eleganza del colore scuro e la pesantezza del vetro su cui punta **Vetreria Etrusca** iniziano a "fare le scarpe" alle comuni bordolesi e borgognotte francesi per le etichette prestigiose. Lo stabilimento di Montelupo si fa piccolo e Giovanni inizia a guardarsi intorno.

«A metà degli anni Novanta acquistammo lo stabilimento di Altare, in provincia di Savona, in quella Val Bormida dove nel 1100

i monaci benedettini introdussero l'arte vetraria che avrebbe portato i mastri altaresi in tutta Europa. "Acquistammo" perché in quegli anni entrammo in azienda anche noi tre fratelli e la nostra famiglia rilevò il 100 per cento della società. Fino ad allora mi ero occupato di seguire un'attività di importazione e distribuzione di vini italiani in California e una realtà di importazione di paglia dall'Oriente per rivestire i fiaschi».

**«Un'impresa modello» per Scajola**

I paesi esteri rappresentano oggi il 30 per cento del fatturato della Vetreria, la cui produzione di una vasta gamma di contenitori in vetro (olio, aceto, vino, spumanti, distillati, ma anche flaconi per cosmetici in colori extrabianco, mezzobianco e, per le etichette più prestigiose, verdetrusco) ha saputo in fretta far parlare di sé. «Una mattina di ottobre del 2005 apro il *Sole24ore* e mi trovo un elenco intitolato "Chi sa innovare crea lavoro". **Vetreria Etrusca** era citata lì, tra le 500 aziende europee, di cui 43 italiane, più dinamiche. Stessa sorpresa quest'anno: a maggio *il Mondo* ci ha inserito nella lista delle prime trenta aziende di eccellenza italiane».

Riconoscimenti che non avranno sorpreso i 126 dipendenti che lavorano a ciclo continuo ad Altare, dove lo scorso anno i Bartolozzi hanno investito 25 milioni per dare il via a un radicale rinnovamento dello stabilimento all'insegna del rispetto dell'ambiente e con tecnologie anti-inquinamento all'avanguardia in Europa. «Il vetro infiamma la passione del fare», dissero, annunciando il fermo di tre mesi durante il quale si occuparono di impegnare in attività di formazione ciascun lavoratore. Fino a novembre di quest'anno, quando la nuova veste di **Vetreria Etrusca** è stata inaugurata dal ministro dello Sviluppo economico in persona: «Quello della **Vetreria Etrusca** è l'impegno di una famiglia che ci crede, che non ha delocalizzato, investendo in innovazione, creatività e salute dei lavoratori. Un modello - ha concluso Scajola - di fare industria».

Che continua a scommettere sulle maestranze della val Bormida per fare abiti made in Italy a prodotti celestiali.

Caterina Gioielli

**«Il babbo iniziò a disegnare bottiglie da riutilizzare come oliere, candelieri, acetiere, oggetti decorativi. Cominciammo col Chianti, diventammo la "sartoria" dell'olio toscano»**