

CARLO MORETTI. VETRO E DESIGN
ROSA CHIESA
MARSILIO, VENEZIA 2019, 192 PP., 25 EURO

Fiorella Bulegato

La riscossa del vetro?

Nell'ultimo decennio a Venezia si sono svolte molteplici iniziative dedicate al vetro. Probabile reazione a un periodo prolungato di forte fragilità del settore, pare maturo il tempo per tentare di rivitalizzare una delle manifatture cittadine più antiche e conosciute internazionalmente, rivalutando la produzione vetraria in chiave sia storica sia contemporanea.

Fra queste si sono distinte le attività organizzate dalla Fondazione Giorgio Cini con Pentagram Stiftung, come l'apertura nel 2012 de *Le stanze del vetro*, nuovo spazio espositivo che ha ospitato numerose mostre monografiche e collettive su esponenti internazionali, del passato e contemporanei, fra cui un *corpus* consistente e inedito realizzato grazie all'accordo con l'archivio Venini. Tali iniziative, integrate da convegni e borse di studio, sono state programmaticamente affiancate dalla costituzione del Centro Studi Vetro¹. Analogamente collocato nell'isola di San Giorgio Maggiore e destinato alla promozione di ricerche scientifiche, è stato ideato come un archivio "collettivo" del vetro veneziano e in esso sono confluiti consistenti patrimoni documentari riguardanti le imprese, già parzialmente digitalizzati per essere consultabili online dagli interessati di tutto il mondo (fra gli altri, i fondi di Vinicio Vianello, Aureliano Toso e Seguso Vetri d'Arte)². Iniziativa meritoria, anche perché a libero accesso, e di cui da tempo si avvertiva la necessità considerata la progressiva chiusura di molte aziende muranesi con relativa dispersione dei loro patrimoni storici. L'attenzione verso l'ambito è stata coltivata anche dal Museo del vetro di Murano, inserito fra le strutture civiche cittadine, attraverso l'ampliamento degli ambienti e delle collezioni della sezione permanente con opere contemporanee, e la cura di alcune retrospettive sui protagonisti³.

Allo stesso tempo, sostenuto da più istituzioni cittadine, dal 2017 si svolge la Venice Glass Week⁴, festival dedicato alla vetraria contemporanea che, sommando intenti commerciali e culturali, si è a mano a mano ingrandito coinvolgendo spazi della città, talvolta riadattati allo scopo, per mostre, dimostrazioni, visite guidate e incontri.

Il tentativo di "rinascita" ha incrementato anche la produzione editoriale. I nuovi cataloghi di mostre e volumi monografici che si occupano dell'argomento sia dal punto di vista delle opere e degli autori-artisti-designer⁵ sia delle vicende delle vetrerie, evidenziano un comune denominatore proprio nel fondarsi sulle fonti

1 Per inquadrare brevemente il progetto complessivo, si veda il comunicato stampa diffuso all'apertura della prima mostra ospitata da *Le stanze del vetro*, Carlo Scarpa. Venini 1932-1947, Venezia, Isola di San Giorgio Maggiore, 29 agosto-29 novembre 2012, disponibile in <http://estanzedelvetro.org/wp-content/uploads/2015/04/Carlo-Scarpa-Cartella-Stampa.pdf> [ultimo accesso 15 marzo 2021].
 2 Gli archivi digitali si trovano in <https://archivi.cini.it/centrostudivetro/home.html> [ultimo accesso 15 marzo 2021].
 3 Per ripercorrerle, a partire dal 2006, <https://museovetro.visitmuve.it/category/it/mostre/archivio-mostre/> [ultimo accesso 15 marzo 2021].
 4 Indicazioni sull'iniziativa, nel suo momento fondativo, si trovano nel comunicato stampa disponibile in [https://www.theveniceglassweek.com/wp-content/uploads/2019/09/03.-](https://www.theveniceglassweek.com/wp-content/uploads/2019/09/03.-Presentata-la-prima-edizione-di-The-Venice-Glass-Week-27.06.2017-cs-giugno-2017-LQ-2.pdf)

[Presentata-la-prima-edizione-di-The-Venice-Glass-Week-27.06.2017-cs-giugno-2017-LQ-2.pdf](https://www.theveniceglassweek.com/wp-content/uploads/2019/09/03.-Presentata-la-prima-edizione-di-The-Venice-Glass-Week-27.06.2017-cs-giugno-2017-LQ-2.pdf) [ultimo accesso 15 marzo 2021].
 5 Soffermandoci solo sui cataloghi delle mostre realizzate da *Le stanze del vetro* dedicati all'azienda Venini, tutti editi da Skira, Milano: Carlo Scarpa. Venini 1932-1947, a cura di Marino Barovier, 2012; Napoleone Martinuzzi. Venini 1925-1932, a cura di Idem, 2013; Tomaso Buzzi alla Venini, a cura di Idem con Carla Sonigo, 2014; Fulvio Bianconi alla Venini, a cura di Idem, 2015; Paolo Venini e la sua fornace, a cura di Marino Barovier e Carla Sonigo, 2016; Vittorio Zecchin 1921-1926. I vetri trasparenti per Cappellin e Venini, a cura di Idem, 2017; La vetreria M.V.M. Cappellin e il giovane Carlo Scarpa (1925-1931), a cura di Idem, 2018; Thomas Stearns alla Venini 1960-1962, a cura di Idem, 2019.

primarie, scritte e orali. Un lavoro di verifica delle informazioni, anche quelle edite finora, ottenuto perciò attraverso il paziente studio di disegni di progettisti e di fornace, scambi epistolari, prototipi, materiali fotografici o di comunicazione, agevolato dalla disponibilità dei materiali conservati negli archivi di istituzioni, come quelle sopracitate, oppure reperibili in quelli di imprese, collezionisti o eredi, ultimamente maggiormente consapevoli del loro valore. L'obiettivo di queste edizioni, non sottaciuto, è anche quello di fornire strumenti più attendibili al mondo del collezionismo, affrontando il problema della riproducibilità seriale connaturata a buona parte della produzione vetraria e la questione, annosa e dannosa, delle copie.

La storia di un progetto corale

Al secondo filone delineato, quello delle monografie d'impresa⁶, si annovera questo volume dedicato alla Carlo Moretti, edito a fine 2019 da Marsilio e firmato da Rosa Chiesa che colma una lacuna nel panorama sul settore. La Chiesa, già co-curatrice per lo stesso editore dal 2015 di cataloghi di mostre dedicati a far emergere storie poco note legate al vetro⁷, trasforma in pubblicazione la tesi di dottorato di ricerca in Scienze del design discussa nel 2012 all'Università luav di Venezia, dove è attualmente ricercatrice.

Il progetto, iniziato con il sostegno di Giovanni Moretti – cofondatore dell'azienda, rimasto solo alla guida della società dopo la prematura scomparsa nel 2008 del socio, il fratello Carlo, e mancato egli stesso improvvisamente nel 2014 – e in seguito voluto dagli eredi, è quindi il risultato del lavoro di indagine fra i documenti. Non solo carte, disegni, fotografie, un documentario, cataloghi, brochure, rassegne stampa e oggetti conservati nell'archivio aziendale, ma anche i materiali ritrovati presso progettisti e committenti, quelli forniti dalle famiglie nonché le numerose testimonianze orali. Ad esempio, le conversazioni effettuate con lo stesso Giovanni e il fratello Cesare, e con alcuni collaboratori dell'azienda, la sua assistente, il direttore tecnico, i progettisti della comunicazione e i designer dei prodotti.

Ne deriva la ricomposizione di una storia corale, esito dell'operato di imprenditori, tecnici, progettisti, operai, consulenti, che diventa "l'occasione per parlare di alcuni aspetti, spesso sottaciuti, legati all'innovazione, al design e alla strategia d'impresa", scrive l'autrice nella prefazione, definendo il principale sguardo adottato: "La narrazione privilegia l'aspetto della cultura del progetto, approfondendo alcune tematiche care alla storia del design e a quella della storia d'impresa" (p. 9). Coerentemente, la seconda prefazione è affidata a Marco Zito, designer veneziano d'adozione e da tempo attivo proprio a Murano, e l'introduzione delinea il rapporto fra Murano e Milano, la città di maggior sviluppo e affermazione per il design italiano, ossia il circuito fra progetto, produzione e occasioni espositive – le Biennali di Monza, in principio – in cui, già dagli anni Trenta, "il vetro progettato a Milano, viene prodotto a Murano, per tornare esposto nelle 'vetrine' lombarde" (p. 20).

La produzione vetraria è quindi considerata dall'ottica della storia del design, non solo come la realizzazione di opere d'arte o di alto artigianato, frutto tuttalpiù del connubio fra mirabili artisti e abilissimi maestri artigiani, ma come processo collettivo progettuale, fabbrile, imprenditoriale, promozionale, imprescindibilmente

6 Ne fa parte anche, ad esempio, la serie che dal 2011 sta pubblicando l'editore tedesco Arnoldsche Art Publishers, come Marc Heiremans, *Seguso Vetri d'Arte. Glass Objects from Murano (1932-1973)*, Stuttgart 2011; Idem, *Vetzeria Aureliano Toso, Murano 1938-1968*, Stuttgart 2016; Idem e Caterina Toso, *Fratelli Toso Murano, 1902-1980*, Stuttgart 2017.

7 Collaborando con il collezionista milanese Sandro Pezzoli: *Attravetro, L'arte attraverso il vetro* (Pavia, Castello

Visconteo, 16 maggio-30 agosto 2015), a cura di Rosa Chiesa e Sandro Pezzoli, Marsilio, Venezia 2015; *Gli animali di Murano. Opere in vetro dalla collezione Bersellini 1920-2015*, (Milano, Museo di storia naturale, 17 giugno-25 settembre 2016), a cura di Idem e Silvia Ciappi, Marsilio, Venezia 2016; *Toni Zuccheri. Poeta della natura e del vetro* (Milano, Museo Bagatti Valsecchi, 5 giugno-13 ottobre 2019), a cura di Idem, Marsilio, Venezia 2019.

influenzato da un contesto economico, sociale, tecnologico, produttivo, culturale, che varia nel corso della vita dell'impresa. Il volume permette di addentrarsi in tali aspetti soprattutto attraverso alcuni approfondimenti – evidenziati da un fondo grigio-azzurro, declinati specificamente sulla realtà veneziana. Da un lato, si comprendono i caratteri del distretto del vetro artistico di Murano, le dinamiche di trasformazione del settore, attraverso dati su dimensioni, produzioni, insediamenti, iniziative, nonché le ragioni di una crisi profonda, in atto da almeno due decenni ma con radici più lontane nel tempo, mentre dall'altro si ci addentra nelle questioni tecniche e realizzative e nelle figure imprenditoriali, i fratelli Moretti, posti a confronto con i più noti Antonio Salviati e Paolo Venini.

Ma a sostanziare l'angolazione delineata è la scelta dei contenuti attraverso i quali l'autrice organizza la storia della Vetreria Carlo Moretti, azienda tutt'ora in attività, nata con tale denominazione nel 1958 ma saldamente inserita nella tradizione imprenditoriale vetraria dell'isola.

Come si legge nel primo capitolo, *Gli esordi*, l'impresa è familiare ed esordisce con Vincenzo Moretti, tecnico vetraio muranese della Società Anonima Salviati dal 1866 e protagonista del rinnovamento del settore di metà Ottocento, e con i suoi figli che fondano nel 1901 la Moretti Luigi e F.lli, reintroducendo l'antica tecnica delle murrine. I nipoti dell'antenato, nel 1927, con la Moretti Ulderico & C. divengono monopolisti a Murano nella lavorazione della canna di vetro colorato e, al tempo stesso, si specializzano nella produzione di oggettistica funzionale stampata destinata prevalentemente al settore dell'illuminazione. L'azienda che, nel periodo fra le guerre mondiali, conta 50 dipendenti, si diversifica ulteriormente, prima con la produzione di tubo ovale e forato per termometri clinici e industriali, e nel 1945, compartecipando a un'altra società, con la lavorazione della canna per conterie e mosaici. Nel dopoguerra, raggiunti i 280 dipendenti – è al terzo posto nell'isola dopo la Cristalleria Franchetti e la Società Conterie Veneziane –, si occupa di tre tipi di produzione semi-industriale: diffusori da illuminazione; canna per la lavorazione a lume (poi tubo di vetro borosilicato per strumenti di laboratorio); mosaici, lastre per colata e piastre per vetrate. La cifra che la distingue dalle altre aziende è l'elevata specializzazione nella gestione del colore e l'offerta di una ampissima gamma cromatica.

È una ricostruzione degli inizi che ha il pregio, fra l'altro, di ridare il corretto peso economico e sociale alla prospera attività del vetro in serie destinato alla tavola e all'illuminazione che, da secoli, è alla base dello sviluppo economico e produttivo di Murano, smitizzando l'idea, impressa nell'immaginario collettivo, di un'isola tutta dedita al vetro soffiato a mano, una "limitazione" in realtà imposta solo alla fine del secolo scorso per effetto della concorrenza delle produzioni di cristallo asiatiche e dell'est Europa.

La Vetreria Carlo Moretti

Da questo trascorso, frutto "soprattutto sulla trasmissione di competenze acquisite e riadattate a nuove imprese" (p. 30), matura nel 1954 la Emmeci-Fabbrica bicchieri, avviata da Germano Moretti – cugino di Ulderico – assieme a due soci: Mario Rigoni, soffiatore di bicchieri, e Carlo Moretti, il primogenito dei suoi cinque figli. Quest'ultimo, nel 1958 la rileva e, assieme al fratello Giovanni⁸, costituisce la Vetreria Carlo Moretti "una fornace di vetri colorati a stampo, più sul genere delle cristallerie che non del vetro di Murano tradizionale" (p. 34).

8 Il suo ingresso in azienda sarà ufficiale solo dal 1973.

Già le prime realizzazioni su vetri bianchi, trasparenti incisi, e su bicchieri colorati decorati documentano uno spostamento dalle produzioni di famiglia, così come le collaborazioni avviate quasi subito con designer esterni. La prima sarà dal 1960 con l'architetta tedesca Helge Singer e, a seguire nel decennio sessanta, con lo studio padovano del giovane Gaetano Pesce con Milena Vettore. Questa apertura verso influenze provenienti anche dall'estero, si somma agli interventi per il posizionamento sul mercato internazionale, specialmente statunitense, come le forniture per i newyorkesi magazzini Bloomingdale's nel 1961. Una strategia che, combinata all'adozione di metodi realizzativi semplificati, genera prodotti in vetro bicolore, con effetto satinato, dai colori meno saturi, in linea con l'interesse del tempo, comune anche ad altre vetrerie, verso le forme essenziali provenienti dai paesi scandinavi.

Altre scelte rafforzano l'azienda in questo decennio: l'ingrandimento e il trasferimento della sede negli ex spazi della Cristalleria Franchetti in Fondamenta Manin 40 che la collocano, anche simbolicamente, al centro di Murano; l'adozione di una strategia distributiva, su scala nazionale e internazionale, che utilizza una rete di negozi rivolti alla commercializzazione dell'oggettistica per l'arredamento di alta gamma e il debutto, nei primi anni sessanta, del primo negozio monomarca a Viareggio e di tre altri punti vendita a Murano e Venezia; la definizione di un'identità visiva distinguibile, commissionando il primo marchio a Pesce e Vettore, assieme al progetto degli interni di uffici e showroom; l'accreditamento in ambito artistico e culturale con la partecipazione alla XXXIII Biennale d'arte del 1966. A questo si aggiunge una riorganizzazione più precisa dei ruoli aziendali, specialmente fra i due fratelli, che rimarrà costante nel tempo, pur all'interno di un costante confronto fra proprietari, maestri soffiatori (Angelo Vio, al principio) e direttore tecnico (Antonio Canal), come tipicamente avviene nelle vetrerie muranesi: Carlo si occupa della progettazione e della produzione ponendosi come un'interfaccia "attiva" fra maestri e progettisti esterni; Giovanni invece è il motore delle strategie aziendali, del marketing e della comunicazione.

Individuati i caposaldi del "sistema" aziendale, nei capitoli seguenti – *La crescita* (pp. 73-97), *L'identità* (pp. 99-143) e *Strategie e mercato* (pp. 145-185) – l'autrice ricostruisce le scelte che contribuiscono a trasformare l'azienda, fino al 2013 quando viene acquisita da una nuova proprietà, in un modello imprenditoriale "originale che trova i suoi punti di forza, da un lato, nella volontà di affermazione di una precisa linea stilistica [...] e dall'altro, in una solida e articolata strategia commerciale" (p. 74).

Mantenendo come filo conduttore i progetti, anche mediante l'utilizzo di immagini a piena pagina, il racconto svela la permanenza dell'estrema differenziazione dei prodotti del proprio catalogo indirizzata a soddisfare pubblici differenti: dall'oggettistica per la tavola a quella per l'arredamento, dalle apparecchiature d'illuminazione alle collezioni in serie limitata o variata, dalle forniture personalizzate per altre aziende alle esperienze di comarketing.

Una versatilità permessa dal carattere industriale nell'organizzazione aziendale nonché dagli investimenti nella ricerca tecnica destinati al miglioramento della materia prima, grazie al contributo del fratello Cesare, e del processo produttivo, allo scopo di ottenere soluzioni ed effetti formali inediti, ma anche di semplificare e ottimizzare le fasi di lavoro, introducendo procedimenti semi-meccanici o agendo sulla programmazione del lavoro, come avviene con la *piazza* – l'unità minima per la produzione del vetro soffiato – a dodici postazioni.

Parimenti, il rinnovamento del design dei prodotti è generato dalle costanti collaborazioni con i designer che, sempre assistiti da Carlo, interpretano i cambiamenti sociali e culturali in atto.

Alcuni esempi, per tutti. Alla serie *Marble* (1974-76), oggetti domestici per case dalle vivaci colorazioni, si affianca negli stessi anni l'operazione di reinterpretazione e modernizzazione linguistica del vetro "cristallo muranese", che diverrà distintiva per l'azienda e un successo di mercato. Inserite nel filone "storico" dei bicchieri poligonali muranesi, le forme inedite prodotte dal 1973 – fra cui *Ottagonale* (1974) e *Ovale* (1976), poi inseriti nelle collezioni del MoMA-Museum of Modern Art di New York – sono infatti a vendite un prezzo più accessibile, grazie all'introduzione di speciali stampi e di un processo di lavorazione "a fermo". Una sperimentazione da cui nasce il prodotto forse più iconico dell'azienda, *Cartoccio* (1983), vaso, bicchiere e molto altro, ispirato dalla pagina del giornale usato per contenere il grano per i piccioni (di piazza San Marco), o il bicchiere *Cavo cono/Cavo tondo* (1986), selezione Adi-Compasso d'oro 1987.

Dal 1984 dalle collaborazioni con alcuni designer, come Sterner & Sojer o Marco Zanuso jr, nascono anche alcune lampade capaci di differenti e convincenti sintesi espressive. In particolare, Giampaolo Martinuzzi quell'anno propone una serie connotata dall'accostamento fra vetri esistenti e sostegni grezzi di ottone e ferro – un richiamo alla fornace –, che avrà diffusione solo dieci anni dopo, mentre Gian Paolo Canova con *San Basilio* (1988) interpreta il lampadario classico muranese in chiave etichettabile come "post-modernista", concependo un apparecchio di 170 elementi in vetro, a bracci stampati che utilizza sorgenti dicroiche a bassa tensione.

L'ingresso nella produzione per il collezionismo d'autore è segnato dall'esperienza, iniziata nel 1988 e conclusa nel 1996, battezzata Carlo Moretti Studio, sorta di spazio di ricerca che si nutre della collaborazione fra Carlo e Lucia Pietriboni per la progettazione di oggetti di tiratura limitata, in vetro spesso, di dimensioni importanti e colorazioni accese. I successivi *Calici da collezione* in cristallo colorato, dal 1990, ogni anno rinnovano il catalogo agendo anche come forma di tutela contro la pratica dell'imitazione, mentre il progetto *Monolite*, esposto alla prima edizione di *ApertoVetro* del 1996, importante esposizione veneziana sul vetro internazionale, inaugura i vetri-scultura ottenuti attraverso una complessa lavorazione.

La crescente capacità di penetrazione nel mercato è determinata anche dalla comunicazione aziendale. L'affidamento delle pubbliche relazioni all'agenzia Diana Banfi di Milano, "la prima ad entrare nel settore del vetro" (p. 86), così come l'avvalersi, dal 1974 al 1995, dello studio Camporese di Mestre per le campagne pubblicitarie e, in seguito, dello Studio Tapiro di Venezia, che ripensa interamente e in modo coerente l'identità aziendale, contribuiscono a fornire strumenti per rendere riconoscibile prima il prodotto e poi il marchio. Sono collaborazioni che stimolano la presenza nelle fiere commerciali, la diffusione internazionale, la promozione di concorsi e mostre, come la prima, ma non unica, esposizione antologica *Carlo Moretti, 1958/1988. Un segno del nostro tempo* al Museo della scienza e della tecnica a Milano.

Le descrizioni dell'autrice, coadiuvate dall'apparato iconografico, aiutano perciò, come accennato, a comprendere le caratteristiche di un'azienda che, immersa in un contesto resistente ai cambiamenti, ha svolto in taluni ambiti un ruolo da apripista per l'intero comparto. Non solo, ad esempio, nell'adeguamento ai vincoli normativi in materia di sicurezza sul lavoro e di sostenibilità ambientale, ma nell'avvio di forme di collaborazione fra imprese del distretto. Giovanni è attivamente promotore,

nel decennio Ottanta, del Consorzio Venezia Vetro, costituito nel 1975 e in attività fino ai primi anni Novanta, nel tentativo di realizzare interventi comuni, come l'acquisto collettivo delle materie prime, la partecipazione a manifestazione di settore, la promozione all'estero del patrimonio vetrario e, non ultimo, la realizzazione di un marchio di originalità. Un impegno che si esplicita anche nella costituzione nel 1985 del Museo del Vetro contemporaneo, costola del museo vetrario cittadino, durato poco più di un anno, in un edificio rilevato poi dall'azienda, con Venini e Barovier&Toso, per adibirlo a galleria e showroom.

Anche il racconto di questi tentativi che scontano, oltre alla conformazione "isolana", fra misteri, gelosie, inefficienze e ripetuti scontri fra grandi e piccole imprese, la mancanza di un progetto di rilancio di maggiore respiro, portano a riflettere sul destino di Murano. Zito così lo sintetizza: "La capacità di costruire un'identità aziendale precisa [...] attraverso strategie tipicamente imprenditoriali, e la lungimiranza nell'intrecciare relazioni fra differenti competenze, tutte tese alla condivisione degli obiettivi progettuali, è ciò che la microstoria dei Moretti ci restituisce ed è ciò che, troppo spesso, è mancato alla cultura produttiva muranese. In particolare il tema della condivisione dei saperi rappresenta oggi forse l'unica via percorribile per risollevarne le sorti di un 'territorio' come quello muranese. [...] È dunque necessario ri-pensare Murano oggi come un sistema complesso, una 'fabbrica diffusa' di idee, un luoghi di produzione e di formazione basato sullo scambio, un luogo dove non si coltivino più segreti, un luogo dove la trasparenza assurge a valore, qualità, esattamente come accade nel vetro" (p. 5).

Sul fronte invece del recupero della storia del territorio, può perlomeno consolare l'idea che una ricerca come questa abbia contribuito a convincere gli eredi dell'importanza di rendere accessibili i propri patrimoni. Oltre alla donazione al Comune di Venezia a febbraio 2020 di una selezione di opere della Carlo Moretti per la sezione del Novecento del Museo vetrario⁹, l'archivio aziendale è pervenuto al Centro Studi Vetro. Speriamo perciò, fra non molto, di poterlo consultare e studiare nella sua interezza, accontentandoci per ora del formato digitale.

⁹ Si veda <https://live.comune.venezia.it/it/donazione-opere-vetro-murano-veneziasoggi-11-febbraio-2020> [ultimo accesso 25 febbraio 2021]