



Business del vetro 2 L'idea originale del Consorzio del cristallo toscano

## Tu dai un calice rotto a me, io ne svendo uno nuovo a te

**U**n bicchiere trasparente, anche rotto, non merita il riciclaggio all'ammasso, in mezzo alle bottiglie colorate, ma una seconda vita come calice firmato. Chi rompe più bicchieri, per lavoro, sono i ristoratori e i gestori di alberghi e comunità ed è a loro che viene rivolta la nuova idea del Consorzio del Cristallo di Colle Val d'Elsa, in provincia di Siena, uno dei distretti italiani del vetro. Un progetto pilota che può aggiungere un salto qualitativo al fenomeno del riciclaggio in Italia, a tassi di crescita tra i più alti d'Europa. Il progetto Taste the quality, rivolto al mondo ho.re.ca. (hôtellerie, ristorazione, catering), e sostenuto da Toscana Promozione, agenzia della Regione, prevede di rottamare i calici rotti o anche semplicemente usurati dai lavaggi, sostituendoli con altrettanti nuovi a un prezzo di favore, di 1-1,5 euro l'uno, la metà del vero valore commerciale. Non solo, i nuovi calici sono prodotti in un vetro sonoro innovativo, Luxion, brevettato dalla Rcr Cristalleria italiana, la più importante azienda del settore aderente al consorzio, che produce con i marchi Rcr, Calp, Primavera di Cristallo e Da Vinci con una forte crescita del fatturato, del 45% circa in due anni, dai 39 milioni di euro nel 2009 ai 48,5 milioni nel 2010 e ai 52,8 milioni dell'anno scorso.

Il progetto è stato, per ora, sperimentato solo nell'area del consorzio, con l'adesione di 50 esercizi della zona, l'80% del

**Giampiero Brogi, presidente del Consorzio del cristallo della Val d'Elsa e ceo di ColleVilca**

settore. La seconda tappa prevede di allargare l'azione all'intera Toscana con il coinvolgimento di 200 esercizi e la rottamazione di almeno 100 mila calici l'anno. Poi toccherà al livello nazionale, magari con il coinvolgimento di altri produttori.

Il consorzio della Valle d'Elsa rappresenta una forte quota della produzione globale di calici di cristallo con aziende che coinvolgono 700 dipendenti e un giro di affari complessivo di 80 milioni, che potrebbe raddoppiare in breve tempo secondo le attese del presidente Giampiero Brogi, che è anche il numero uno dell'industria ColleVilca, una delle 43 aderenti e arrivare a 550 milioni se si considera oltre al cristallo anche il vetro sonoro, cioè quello di qualità.

Il distretto è reduce da due grandi crisi che hanno ridotto il fatturato del 40% in due fasi, nel 2008 e negli ultimi mesi. Con una quota stabile, circa la metà della produzione, destinata all'estero, in particolare nei Paesi Bric (Brasile, Russia, India e Cina), nel Medio Oriente, in Giappone e in Sudamerica. **R.I.**

