

«Homo Faber, salto di qualità e grande occasione di crescita»

► Micelli (Ca' Foscari): «Valenza culturale ed economica che merita la valorizzazione»
Rocca (Fondazione Cini): «Confronto internazionale tra artigiani, culture e saperi»

L'ANALISI

VENEZIA Homo Faber ed il Salone dell'Alto Artigianato Italiano hanno appena chiuso, con successo, ma alle porte ci sono già altri due eventi legati all'eccellenza: Venice Design Week che sarà inaugurata venerdì 9 ottobre e Venice Fashion Week (Radar Venezia), dal 19 al 24 ottobre.

Sull'importanza economica, di prestigio internazionale e di incentivo per un turismo di alta qualità degli eventi autunnali veneziani, si sofferma Stefano Micelli, economista e docente dell'Università Ca' Foscari: «Homo Faber 2026, in particolare, ha registrato un salto di qualità rispetto alle edizioni precedenti. Ha accolto un summit internazionale di due giorni, coinvolgendo esperti da tutto il mondo. Ha organizzato conferenze destinate agli artigiani e ai professionisti del settore. Ha avviato, insomma, una vera e propria comunità di interesse. Su questo fronte l'Università Ca' Foscari è da tempo impegnata a promuovere programmi di ricerca e di formazione proprio sulla valorizzazione dell'alto artigianato. Siamo di fronte a un ecosistema che è già vivace e che merita di essere potenziato».

E se la mostra allestita sull'isola di San Giorgio ha fatto di Venezia la capitale internazionale dell'alto artigianato portando in città grandi marche, studiosi, appassionati del settore, i benefici sono già oggi am-

piamente visibili: «Tutti gli eventi dedicati all'eccellenza, dal Salone dell'Alto Artigianato alle Design e Fashion Week beneficiano della visibilità acquisita da Homo Faber - aggiunge Micelli - E per gli stessi artigiani veneziani la kermesse rappresenta un'opportunità di crescita professionale oltre che l'occasione di sperimentare nuovi mercati. Homo Faber ha una valenza culturale e economica che merita di essere valorizzata nei prossimi anni». E di fatti l'evento ideato, curato e realizzato dalla Michelangelo Foundation for Creativity and Craftsmanship, ha riscosso un grande successo, distinguendosi sotto diversi punti di vista: oltre 65 mila i visitatori per questa quarta edizione caratterizzata da un forte impatto visivo che ha portato in scena oltre 700 manufatti d'eccellenza, dove l'artigianato sfocia nell'arte. A valorizzarli, un allestimento immersivo, ispirato all'arcipelago della laguna veneziana, costruito su giochi di luce, acqua, riflessi, movimento e suoni. Homo Faber ha fatto incontrare in isola una comunità creativa globale, di artigiani, designer, galleristi, direttori di musei e appassionati di alto artigianato. Un movimento che si è allargato fuori dai confini dell'isola di San Giorgio coinvolgendo circa 130 botteghe artigiane veneziane che, durante il periodo della kermesse, hanno aperto le porte delle loro botteghe per acco-

gliere visitatori e curiosi, organizzando visite guidate, laboratori estemporanei e workshop, creando un legame e una collaborazione importante tra l'isola e la città.

«Per un mese l'isola di San Giorgio è stata al centro di un confronto internazionale tra artigiani, culture e saperi - spiega **Gianfelice Rocca**, presidente della Fondazione Giorgio Cini - Dopo quattro edizioni, la collaborazione con la Michelangelo Foundation e la Fondazione **Cologni** si è consolidata, creando le basi per proseguire insieme questo percorso e sviluppare nuovi progetti». Una curiosità: l'85% degli artigiani in mostra ha partecipato per la prima volta a Homo Faber, una scelta che garantisce non solo spazio e visibilità al maggior numero possibile di artisti-artigiani internazionali ma assicura all'evento un'ulteriore spinta verso l'innovazione.

Infine su The Venice Glass Week, volano per il mondo del vetro, si sofferma Luciano Gambaro, presidente di Promovetro: «The Venice Glass Week è un progetto culturale che ha una ricaduta economica e produttiva diretta sul comparto del vetro, un meccanismo che sta funzionando grazie alle sinergie che, nel corso del tempo, si sono create tra produttori, design e artisti. Le commesse per le aziende sono in sostanziale aumento».

Claudia Meschini

© RIPRODUZIONE RISERVATA





HOMO FABER Stefano Micelli rilancia l'evento come un esempio

