

La settimana del vetro di Milano chiude con successo. Marcello Vitella: "Appuntamento all'anno prossimo"

Date : 11 Ottobre 2021

Si è chiusa con successo la ventiduesima edizione di **Vitrum, il salone biennale internazionale** dedicato al mondo della lavorazione del vetro organizzato da GIMAV. Nonostante le difficoltà e le restrizioni dovute alla pandemia, l'evento in programma **dal 5 all'8 ottobre nei padiglioni di Fiera Milano**, con 120 espositori, provenienti da 16 diversi paesi ha visto una grande partecipazione.

Grande affluenza è stata registrata anche alla [Vision Milan Glass Week](#), la manifestazione organizzata in contemporanea per ampliare il *target* a tutta la filiera del vetro. Vision Milan Glass Week si è sviluppata su tutta la città di Milano, con due *focus* principali **tra piazza Gae Aulenti e Fondazione Riccardo Catella**, dove ha presentato l'eccellenza dell'industria italiana del vetro alla città attirando più di 10.000 visitatori complessivi.

Un evento che ha visto il tocco varesino **dell'agenzia Consel di Marcello Vitella che lo ha ideato e curato l'organizzazione**: «Siamo molto contenti. La manifestazione è andata molto bene, al di fuori delle aspettative. Quando abbiamo iniziato a progettare questo evento non potevamo fare previsioni, ma adesso **possiamo dire che visto i risultati ci sarà un'altra edizione il prossimo anno**». La Vision Milan Glass Week si è infatti sviluppata in diverse *location* della città di Milano, un percorso a cielo aperto per conoscere, scoprire e partecipare al mondo del vetro, così affascinante e ricco di tecniche d'artigianato.

Il "fuori salone del vetro" **ha coinvolto 6 musei milanesi, 12 glass building, 26 location per una road map degli eventi collaterali e 20 locali per il "Vitrum Party on the Road"**. «Le restrizioni per la pandemia non ci consentivano di organizzare un solo evento finale, ma ci ha spinto ad organizzare diversi eventi tra locali e situazioni differenti», continua Vitella.

Inoltre, **sono state esposte 30 opere di vetro tra cui la batteria musicale di El Cocal Glass Studio e l'installazione artistica del Mostro della Laguna in Piazza Gae Aulenti**, un realistico mostro acquatico composto da 191 squame in vetro e più di sei metri di lunghezza, che ha suscitato la curiosità di cittadini e turisti, «Il più fotografato di tutta la manifestazione».

Tra gli oltre 45 eventi proposti in 4 giorni hanno **riscosso grandissimo successo i laboratori creativi per bambini e le visite guidate alla scoperta della Milano di Vetro**: eventi andati *sold out* ben prima dell'avvio ufficiale della Glass Week: «A dimostrazione di quanto la città di Milano abbia riscontrato in questo evento la voglia di partecipazione attiva», continua Vitella. Ben 30 le ore di diretta trasmesse sui canali online: le pagine della Glass Week hanno abbracciato un ampio bacino di pubblico confermando, come da aspettativa, questa prima edizione come un evento di

prezioso interesse, sia fisico, sia virtuale. Sono oltre 25mila gli utenti unici che hanno interagito digitalmente e quasi un milione gli utenti raggiunti, tra Italia ed estero.

Appuntamento per l'anno prossimo dunque, per scoprire, ancora una volta il fascino del vetro: «In questa edizione il connubio è stato tra Milano e Venezia e così sarà anche l'anno prossimo, anche in vista del 2022 l'Anno Internazionale del Vetro».