

IL RIENTRO DELLA DELEGAZIONE

Quattro icone per la Cina: vetro merletto, forcola e maschera

Si è conclusa la settimana del design, Laura Fincato e Massimiliano De Martin fanno il punto: un'esperienza utile e interessante

Un'occasione per promuovere la cultura, lanciare il brand Venezia e mettere in moto l'economia locale.

La partecipazione di Venezia alla "Suzhou Design week" che si è svolta nella città cinese gemellata con la città lagunare dal 23 al 27 novembre scorso, non solo si è chiusa con un bilancio positivo, ma è stata anche il viatico per intessere nuovi rapporti e delineare altri importanti futuri eventi in comune, che potranno avere significativi sviluppi per il territorio a livello istituzionale economico, turistico, culturale e ambientale. E' questa la sintesi del resoconto del viaggio che si è tenuto ieri nella sede della **Fondazione Venezia** 2000, a cui hanno preso parte, tra gli altri, l'assessore all'Ambiente, Massimiliano De Martin, il presidente del Comitato organizzatore dell'appuntamento di Suzhou, Laura Fincato, il curatore dello stand espositivo veneziano (dal titolo "X Port Venice, Heritage and innovation Hub"), Michele Brunello. «Siamo davvero contenti» ha sottolineato Fincato «di questa parteci-

pazione della città di Venezia. Una partecipazione che abbiamo dovuto preparare in tempi ristretti, ma che, grazie anche all'apporto delle nostre realtà locali (dalle Università Ca' Foscari e Iuav alla **Fondazione Venezia**, dalla Camera di Commercio a varie imprese del territorio) ci ha portato grandi soddisfazioni. Siamo riusciti a spiegare, partendo da quattro oggetti caratteristici della nostra tradizione, ovvero il vetro, il merletto, la forcola e la maschera, quali sono le capacità attuali del nostro territorio, nell'ambito della cultura, delle imprese, dell'ambiente. Una formula piaciuta ai visitatori cinesi». «Non è un caso» ha spiegato l'assessore De Martin, che ha rappresentato l'amministrazione «che abbiamo stipulato un nuovo importante accordo con la città cinese a noi gemellata, in cui non solo si sono programmati gli appuntamenti per celebrare il quarantennale del gemellaggio stesso, che cadrà nel 2020, ma si pongono le basi per relazioni economiche ancora più vicine. I cinesi sono molto interessati sia agli oggetti della nostra tradizione, che ai nostri brand, ma vogliono anche essere partner a 360 gradi, esportando i loro prodotti di eccellenza». —

Marta Artico



Laura Fincato