

# Mario Luca Giusti, la tavola scaccia crisi

L'IMPRENDITORE FIORENTINO HA CONVERTITO LA STORICA AZIENDA CALZATURIERA DI FAMIGLIA, FONDATA NEL 1865, IN UN MARCHIO DI SUCCESSO CHE PRODUCE OGGETTI CON MATERIALI INNOVATIVI

**Ilaria Ciuti**

*Firenze*

Come salvare sia la propria azienda che la conversazione a tavola. L'imprenditore fiorentino Mario Luca Giusti, patron e inventore dell'omonimo brand di oggetti per la tavola e per la casa dalla linea classica ma in cristallo sintetico, policarbonato e melamina, la vede così: «Il marchio — racconta — nasce nel 2007, quando, di fronte all'ondata della globalizzazione, molte medie aziende della moda chiudono e quella calzaturiera della mia famiglia va in crisi. Solo la trasformazione la rilancerà».

L'azienda calzaturiera classe 1865 passa alla produzione per la tavola e la casa. Oggetti tra il fusion e il pop, dalla linea lussuosa e classica, ma in materiali sintetici e pratici, usabili sia all'interno che all'esterno. Un passo impensabile e invece, per Mario Luca Giusti, breve. Inizia con i bicchieri e via via si amplia con piatti, secchielli porta ghiaccio, brocche, vassoi, l'oliera, le saliere, le lampade, la libreria, il tavolino ripiegabile con vassoio leva e metti. Ormai partecipa alle più importanti fiere del settore, dalla parigina Maison&Object alla milanese Homi con le ultime novità: il tavolo Next e i bicchieri Milly in cristallo sintetico che paiono scolpiti nel ghiaccio.

La classicità delle forme, che ricorda le tavole eleganti di un tempo, viene scombinata e resa moderna dai materiali che le trasformano in allegri oggetti facili da usare, scin-

tillanti di ogni colore, fino ai fluo e i fosforescenti. Ma la conversazione a tavola che cosa c'entra? Giusti spiega che, spesso, i suoi inediti oggetti la suscitano: «E chi di noi non ha mai provato l'agghiacciante imbarazzo di non sapere cosa dire al vicino di tavola? Così invece è fatta».

Una piccola azienda in crescita costante, fino a sei milioni e mezzo di fatturato, con una previsione di aumento nel 2016 sul 2015 del 20 per cento in Italia e del 27 all'estero. «La storia è divertente», dice Giusti che pensa positivo: «Tra il 2004 e il 2005, andando in Spagna per l'azienda calzaturiera di mio padre, mi imbattei in bicchieri di vetro che trovai così fantastici da cominciare a portarli in Italia. Li volevano tutti e quando arrivai qui con un tir di cinquantamila bicchieri capii che il gioco era diventato un lavoro e che, mentre la moda soffriva, c'era un grande potenziale nel mondo della tavola. Mi venne l'idea di farli in acrilico: eleganti e ric-



Qui sopra **Mario Luca Giusti** fondatore del marchio di oggetti per la tavola che porta il suo nome. «Ho convertito l'azienda calzaturiera di famiglia slavandola dalla crisi»



chi ma moderni e pratici. Dopo un po' di ricerca tutto è iniziato in modo quasi naturale. L'ho fatto e, alla fine del 2007, avevo già fatturato 400 mila euro di bicchieri senza accorgermene».

Giusti si era scoperto inventore, aveva sorpreso tutti regalando la trasparenza del vetro, ma con in più lo splendore dei colori, applicata a materiali sinte-

tici con cui riproduceva le forme che aveva sempre visto su una tavola di famiglia frequentato da Aldous Huxley, Henry Moore, Montale o Carmelo Bene, solo per far alcuni nomi. Un buon sistema «per traghettare un'impresa di moda a un'industria per la tavola senza fare un'ora di cassa integrazione o licenziare un solo lavoratore». Ora l'azienda ha cervello, design, controllo qualità, ultimi sistemi informatici e parte della produzione a Firenze ma «il metodo secondo me vincente è produrre via via nei paesi dove si sa fare meglio una certa tecnica e un certo oggetto», dice Giusti che produce anche in Thailandia, Vietnam, Cina, dove «al contrario di quanto si crede da noi, perché si ha paura di ammetterlo, ci sono in certi settori livelli di qualità altissimi. È solo la qualità e non il prezzo, a salvare l'industria».

L'industria di Giusti è approdata nei grandi department stores, da Harrods a Bergdorf Goodman, Neiman Marcus, Takashimaya a Tokyo, ai negozi di Firenze, Milano, Roma, Arezzo, l'isola d'Elba, Arezzo, Saint Tropez e, prossima apertura, Parigi. Dalle tavole di primi ministri o case reali, come l'Olanda o il Marocco, agli arredi di hotel e ristoranti stellati o di film, ultimo The Young Pope. Dagli yacht di lusso alle tavole della gente comune.

