

LOCOMOTIVE

La rivoluzione francese di Giusti (per restar fedele ai suoi colori)

Un fatturato cresciuto del 30 per cento in un anno, venticinque negozi e un progetto Conquistare Parigi a primavera: «In un quartiere d'eccellenza, investiamo sul marchio»

Savino Del Bene

Cinquanta ingegneri per un futuro modello Amazon

In 10 anni hanno raddoppiato fatturato e dipendenti (ora sono circa 3.300). E per continuare a crescere stanno investendo in ricerca e sviluppo anche «in house», con un team di 50

ingegneri e tecnici specializzati nelle nuove tecnologie e nelle commesse. La Savino Del Bene, storica azienda toscana di logistica, registra anche nel 2015 «risultati positivi: siamo partiti bene fin da gennaio, che per il nostro tipo di mercato invece è un mese in cui si stentano», spiega Fabio Nocentini, vicepresidente esecutivo della Savino Del Bene. L'ultimo risultato degli investimenti

in ricerca ha portato «Fashion»: un nuovo sistema di sicurezza destinato in maniera particolare al prodotto moda. Un complesso di tecnologie «Strap» che, spiega l'azienda, «consente di individuare in maniera certa il luogo dove il tentativo di effrazione o il furto è avvenuto lungo la

catena del trasporto: fino ad ora non era possibile identificarlo con esattezza». Il mercato moda rappresenta il 40% dei volumi spediti in giro per il mondo della Savino Del Bene, su un fatturato atteso per il 2015 di un miliardo e 250 milioni di euro. Ma l'azienda non si ferma. «Il mercato si sta trasformando — spiega Nocentini — soprattutto per l'e-commerce, il commercio via web. Facciamo anche noi da tempo questa attività, con immagazzinaggio di merce che poi viene spedita dalla maison. Ormai distribuiamo, come fa Amazon. Ma faremo qualcosa in più. Il nostro core business restano le spedizioni via mare, che rappresentano il 30% del totale, mentre il 20% va per via aerea, il resto è logistica e altra attività». E nel futuro ci sono «piccole acquisizioni» e ancora investimenti in tecnologia.

Mario Luca Giusti
FOTOGRAFIA: FEDERICA BIANCHI



6
Millioni di euro il fatturato dell'azienda Mario Luca Giusti nel 2015

32
Per cento l'incremento del fatturato del 2015 rispetto al 2014

25
Negozzi — monomarca, o in franchising o corner — dove sono presenti i suoi prodotti

Il salto lo farà a primavera a nove anni dalla nascita della sua azienda. Ed è un salto che comporta un notevole impegno economico ma che arriva dopo un anno decisamente dal segno più. Con un fatturato di 6 milioni di euro, nel 2015 Mario Luca Giusti e i suoi bicchieri di cristallo sintetico (ma anche brocche, piatti e oggetti vari di design per la casa) hanno fatto un salto in avanti del 32 per cento. Ecco perché adesso questo imprenditore fiorentino sui generis (viene da una famiglia di industriali, ma a 50 anni ha dismesso i panni del figlio) e ha inventato una fabbrica sua) è pronto a conquistare Parigi. «Sto cercando un negozio, dei locali dove

aprire un mio monomarca». E il suo non è un passaggio da poco: perché se è vero che col suo marchio è presente in vari Paesi stranieri (sempre in Francia è a Saint Tropez, ma è arrivato anche in Kazakistan, e poi ovviamente a Londra, e New York per un totale di 25 luoghi dove i suoi prodotti sono venduti) in tutti questi casi i suoi oggetti di design, sofisticatissimo anche perché solo apparentemente alla portata di tutti (costano poco ma non possono definirsi essenziali) sono trattati da negozi che hanno attivato un corner dedicato o da imprenditori che hanno scommesso su di lui ma in franchising. «In questo caso farò diversamente — ci spiega — mi muoverò come

ho già fatto a Milano, Roma e Firenze, oltre che all'isola d'Elba gestendo direttamente la nostra boutique». Non vuole sblancarsi sul luogo. Ma è certo che non si sposterà dall'ottavo o dal sedicesimo arrondissement. «Io sono un imprenditore molto pragmatico — aggiunge — credo che se apri un negozio non solo devi starci dentro con le spese, ma devi anche guadagnarci. In questo caso però voglio giocare su una doppia partita. Voglio che sia un'impresa in attivo ma mi interessa anche investire sul marchio e per questo sceglierò una location di prestigio».

Non basta, perché oltre alla sede francese Mario Luca sta pensando al raddoppio a Firenze «in un posto più centrale della storica sede di via della Vigna Nuova» e ad andare alla conquista di Genova, anche in questo caso entro la primavera. Strategie di un uomo che a Firenze dà lavoro a circa 200 persone ma che ha scelto di produrre in Oriente (a Taiwan) e che per il momento delega poco anzi pochissimo ai suoi collaboratori tra cui c'è anche Federica, la sua figlia più grande. «È mia anche l'ideazione degli oggetti — ci spiega — il fatto è che a 50 anni mi sono affrancato dal padre. Ho messo su una fabbrica mia e adesso voglio fare come ritengo più giusto, voglio divertirmi». Accentratore, sicuramente, ma con un certo equilibrio. «I miei collaboratori il scelto in funzione di quello che avevo ed ho in testa. Sono tutte persone con cui mi è di stimolo il confronto e lo scambio di idee». Un aspetto essenziale del suo lavoro, subito che dopo aver fatto un checklist di quello che vuole produrre, prima di passare a commissionare il prototipo, è con la sua équipe che capisce se l'intuizione creativa è destinata ad avere successo. «È il bello e il brutto di Mario Luca Giusti — conclude — un brand che nasce da me e che mi somiglia in tutto e per tutto e che, per questo, per il momento è a mia totale misurazione». Perché se chiede un'opinione non è che lui non si un tipo che ascolta. Anzi. Però si concede il lusso, in caso di controversie, di decidere tutto da sé.

Chiara Dino
chiara.dino@cir.it



Mario Luca Giusti con il gatto Topo, sopra le sue brocche