



**Opera d'artista** Sotto Mario Luca Giusti, al centro, con Miranda Bruschi, a sinistra, e Paola Occupati, a destra. In alto alcuni degli oggetti della sua collezione in plastica

# Alla conquista del Moma

*Giusti: «Con la plastica e i colori brillanti ho sedotto New York»*

Dalla penna alla brocca, passando per un paio di scarpe. Da Firenze al Moma di New York via Milano. È la storia di tante vite diverse in una sola, quella di Mario Luca Giusti Peterich. Fiorentino, 54 anni, nato in un'antica famiglia fiorentina che lo ha fatto crescere nel bello. Basti pensare che nella cucina della villa di famiglia a Forte dei Marmi capitavano Ezra Pound, Carmelo Bene, Carla Fracci. Il nobel Eugenio Montale, ospite frequente, ha persino scritto una breve poesia per lui su un osso di seppia.

Nell'ennesima vita di Mario Luca Giusti, il suo nome diventa un marchio di oggettistica per la tavola e la casa che, in pochissimi anni, ha fatto il giro del mondo. Oggi arrivano fax da Steven Spielberg, che con i whiskey tumbler fiorentini riempirà la credenza del suo megayacht. Il design store del museo di arte moderna di New York, lavora con lui a una linea di oggetti per la tavola col marchio MOMA by Mario Luca Giusti.

«Il segreto sta nella plastica, per l'esattezza melamina. Usarla mi ha fatto emergere. Se avessi usato il vetro sarebbe passato inosservato» racconta di fronte a mille colori: quelli di «Palla», la brocca che con linee semplici vestite di toni vivaci è già cult. L'idea base è stata quella di riprendere oggetti classici e trasformarli in oggetti di uso quotidiano grazie alla praticità e dure-



volezza della plastica.

Le intuizioni non vengono solo in casa o nei mercatini, spiega: «L'associazione di idee è strana. Un bicchiere può nascere guardando un gioiello, un'automobile, un arredamento. L'altro giorno mi trovavo in un negozietto cinese e mi sono imbattuto in un crocifisso in plastica illuminato da dei led: ho pensato che potesse essere uno spunto per dei bicchieri, magari per un locale notturno». È l'imprenditore che non ti aspetti, lo stes-



**L'associazione di idee spesso è strana. Un bicchiere può nascere guardando un gioiello o un'auto**

so che ti racconta che dopo aver lasciato Firenze a 16 anni per risciacquare i panni nei navigli milanesi, alla scuola di moda di Germana Marucelli, tornò in città per fondare, giovanissimo, una sua casa editrice. Poi entra nell'azienda di famiglia, un calzaturificio tradizionale, per imprimergli un suo stile, rivoluzionandolo. Qualche anno fa intuì i primi venti di crisi del fashion e, durante un viaggio negli Stati Uniti, decide di provare l'ennesimo tuffo in una nuova direzione: «Decisi di investire 20 milioni di lire per portare

una serie di bicchieri e brocche di un negozio negli Usa. Se vendono lì, pensai, forse andranno anche qui. Le esposi nel magazzino dell'azienda. Fu un successo, così feci lentamente sfumare il business delle scarpe, mantenendo tutti i dipendenti dell'azienda nella nuova impresa». Come Miranda Bruschi, sua collaboratrice che è qui da quando lui aveva 6 mesi.

«Un'impresa è come una famiglia, non importa ciò che si fa, purché lo si faccia bene» dice. Il 2009 si è chiuso con un +112% di fatturato. Non male in tempi di crisi, che forse sono stati, per Giusti, un inedito volano: «Gli oggetti hanno costi accessibili (le brocche costano in media 45 euro, i bicchieri 8, ndr) e spendere non è più di moda anche per i ricchissimi».

Se Giusti sogna di poter realizzare un giorno una lampada e piccoli oggetti d'arredamento, le novità in cantiere non sono meno divertenti. Da settembre arriverà «Spirale»: un piatto identico a quelli in coccio toscano persino nel suono. O ancora St. Moritz, un bicchiere barocco che va toccato per rendersi conto che è fatto di plastica. Uno dei mercati di punta? La Cina, dove gran parte degli oggetti sono realizzati: «È come se producessi a Empoli, inviassi il prodotto a Hong Kong e poi lo comprasse un fiorentino» scherza.

**Edoardo Lusena**