

MARIO LUCA GIUSTI

PAROLA DI...
MARIO LUCA GIUSTI,
presidente



Zuccheriera? Marmellatiera? Salsiera? Formaggiera? Porta caramelle o porta cioccolatini? Laura C. di Mario Luca Giusti è tutto questo. Dalla forma classica e realizzata in cristallo sintetico trasparente.

1) Per la vostra azienda essere presente fisicamente in manifestazioni come questa è ancora importante?

La fiera continua ad essere un 'mezzo di comunicazione' molto interessante per vari motivi, primo tra tutti entrare in contatto con buyers e negozianti che possono così toccare con mano - proprio come dice lei - i nostri oggetti in cristallo sintetico e valutarne l'alta qualità del materiale oltre ad apprezzare 'dal vivo' forme e colori. È un'occasione anche per scambiare opinioni e valutare eventuali richieste per ipotetici articoli futuri.

2) GDO e negozi al dettaglio: con quale percentuale presiedate i due canali di vendita? Svolgete anche attività di supporto alle vendite (materiale POP, dimostrazioni ecc.)?

Per quanto riguarda la GDO ormai da anni siamo presenti all'interno del prestigioso elenco di fornitori che compongono il catalogo Fidaty di Esselunga. Tra le attività di supporto alle vendite, i cataloghi, i cartelli vetrina e la possibilità che

diamo ai nostri clienti di poter creare un corner con le nostre strutture a 'nicchie', per mettere in maggior risalto gli oggetti. A questo si aggiungono la pubblicità su quotidiani, settimanali, mensili, sia in Italia, sia all'estero, oltre a un rilevante riscontro redazionale sulle maggiori testate di tutto il mondo.

3) All'estero, come si muove l'azienda? Qual è la percentuale di mercato, rispetto a quella nazionale e qual è l'approccio ai diversi Paesi? Con quale modalità si apre a nuovi mercati?

All'estero ci muoviamo con distributori (succede negli Stati Uniti e in Australia), reti capillari di agenti come in Italia, Francia, Benelux, Inghilterra e in Estremo Oriente, ma anche attraverso contatti diretti sia che si tratti di boutique, sia che si tratti di department store. I mercati stranieri rappresentano il 60% del nostro fat-

urato e Maison&Objet è una fiera che da questo punto di vista ci permette di entrare in contatto con nuovi clienti italiani ed esteri.

4) Tema molto attuale è quello dell'eco-sostenibilità: come rispondono a questa tendenza i prodotti dell'azienda?

Gli oggetti realizzati in acrilico sono più resistenti di quelli in vetro. Da qui una minor dispersione nell'ambiente che, oltretutto, mette molto più tempo a 'digerire' il vetro rispetto ai materiali plastici.

5) Quali le novità presentate in quest'edizione di Maison & Objet?

Presentiamo la prima collezione di specchi da parete Salomé, la nuova linea di abat-jour Andalusia con il cappello dalla lavorazione ispirata alle grate dei balconi di questa stupenda regione spagnola. Stessi fregi che abbiamo riportato sui bicchieri Siviglia. E poi, ancora, i bicchieri Gulli che vanno ad arricchire la collezione Double Face se pur di dimensioni maggiori e il tavolino pieghevole Next One più alto del precedente di 12 cm, a cui abbiamo aggiunto il vassoio Costanza da appoggiare sopra. Utile ed elegante nella classicità della forma la zuccheriera Laura C., ideale anche come porta-caramelle o porta cioccolatini. Tutto in cristallo sintetico.

