

Moda e bellezza

Protagonisti / Tendenze / Esposizioni

La parola ai Maestri: Christian Dior

La moda evolve sotto l'impulso di un desiderio e cambia per effetto di una ripulsa. Butta alle ortiche ciò che fino a poco tempo prima adorava. La sua ragione profonda è il desiderio di piacere e la sua attrattiva non può venire dall'uniformità, che è la madre della noia. (Christian Dior)



Raffinate e pratiche: le creazioni di Mario Luca Giusti (a destra)



di EVA DESIDERIO

■ FIRENZE

IL COLORE preferito è il rosso rubino, «il colore del cuore». La passione più grande è la lettura perché sono nato editore ed avrei voluto essere un letterato o un poeta». E invece la vita ha voluto che Mario Luca Giusti diventasse un imprenditore di successo, prima nel continuare l'attività calzaturiera di famiglia che data dal 1865 e poi per aver creato poco più di dieci anni fa un marchio che porta il suo nome di oggetti per la tavola e complementi di arredo in cristallo sintetico che piacciono, e molto, in tutto il mondo. Un caudescopio di idee e di colori, un universo di bellezza in un materiale contemporaneo su disegni e forme classiche, una miriade di modelli che si possono anche abbinare in modo fantasioso per fare delle tavole e delle case arredate coi pezzi di Mario Luca Giusti qualcosa di inedito e sempre sorprendente. Una rivoluzione di praticità e di leggerezza, un modo diverso per vivere gli spazi dell'abitare, del viaggio in barca o in aereo, della vita in giardino.

UN CATALOGO di 150 articoli, in infinite declinazioni di colori anche molto Pop Art, per un marchio già molto solido e con una clientela trasversale fidelizzata da bellezza, allegria e funzionalità degli oggetti. «Tutto nasce dalla moda - racconta Mario Luca Giusti, fiorentino, 62 anni, figlio di Antonio Giusti che per alcune estati nella sua villa a Forte dei Marmi ha ospitato Eugenio Montale e Carmelo Bene - perché a 16 anni ero già a Milano nell'atelier di Germana Maruccelli dove c'era una sartoria letteraria per storia e frequentazioni colte e poi ho subito affiancato mio padre in azienda nella creazione di calzature da donna. Poi nel 2007 durante uno dei tanti viaggi in America scattò la scintilla: lì c'erano oggetti interessanti in plexiglass che non c'erano ancora in Italia ma erano tutti trasparenti e incolori. Comprai 300 brocche e 1000 bicchieri e li misi in fabbrica in via Lunga a Firenze per venderli. Spolverati in un attimo. Allora mi sono detto che questo era un business nuovo. E ho inventato il cristallo sintetico colorato. Partendo dalla brocca Palla, poi declinata in Pallina e Plutone, il pianeta più piccolo».

OGGI Mario Luca Giusti nel 2017 ha fatturato 6 milioni di euro, con un aumento nei primi sei mesi di quest'anno del 10% delle vendite, con l'Italia primo mercato seguita dalla Francia, e poi in fortissima crescita negli Stati Uniti. Ci sono dieci negozi, nove in Italia e quello stagionale a St. Tropez che fa strage di clienti «che hanno lo yacht o l'aereo privato,

Rosso e sintetico: l'impero di cristallo firmato Mario Luca Giusti

Le brocche e i bicchieri che incantano star e regine



pazzi per il vassoio Six a prova di rovesciamento», scherza l'imprenditore fiorentino. Poi tanti corner nei più prestigiosi grandi magazzini del mondo, da Printemps a Parigi a Lane Crawford a Hong Kong, passando per Harrod's, Neiman Marcus, Bergdorf Goodman, Bloomingdale's, Takashimaya a Tokyo. Infiniti gli estimatori come Steven Spielberg, Carla Fracci, la regina madre Beatrice d'Olanda, Alberto e Charlene di Monaco, Mohammed VI re del Marocco, Valentino Garavani e Giancarlo Giammetti, Roberto ed Eva Cavalli, Ferzan Ozpetek ed Elena Sofia Ricci, per non parlare di mille giovani imprenditori, gente di spettacolo, amici di nobili famiglie.

«IO CREO solo oggetti che mi ispirano e che mi piacciono - continua Mario Luca Giusti - e la passione per la tavola ce l'ho da bambino,

ispirato dalla grazia degli allestimenti di mia madre Susanna Peterich Giusti che mi incantavano e mi facevano favoleggiare. Poi a 50 anni la fulminazione per il design e questa creatività che non mi conoscevo, che reinventa i classici e si ispira a veri pezzi di antiquariato spesso inglese». I nomi di ogni bicchiere, coppa, brocca, alzata e lampada richiamano spesso quello degli amici o di personaggi illustri: la coppa Paolina ispirata ai seni della sorella di Napoleone, quella che si chiama Giada come Giada di Santassia Magliano, l'ultima bottiglia Acquarama, la lampada Joshua, la brocca Cesara, l'Uovo Mafalda in onore di Mafalda di Savoia Aosta e poi il bicchiere Italia, in segno di sano patriottismo. Non manca il tavolino Guelfo, il portacioccolatini Laura, la scatola nelle dimensioni Prince, Queen e King. Ultimi nati i piatti Aimone, ispirati alle ceramiche di Vietri.

«Faccio quello che mi piace e che si può vendere, non sono alla ricerca della crescita accelerata che potrebbe essere pericolosa, voglio solo un'azienda pulita e priva di debiti», racconta l'imprenditore orgoglioso del lavoro della figlia Federica Giusti che lo affianca da tempo nella gestione del retail e dell'e-commerce che funziona molto bene. «Nel 2019 spero di aprire la prima boutique a Parigi e nel 2020 quella di Londra. E poi punto a potenziare la vendita online senza danneggiare i nostri concessionari nel mondo», spiega Federica Giusti che lavora col padre, fondatore del brand, da sei anni. «Io continuerò a occuparmi della parte creativa - conclude Mario Luca che ama disegnare al mattino - affido tutto il resto a mia figlia Federica perché bisogna pensare al futuro già oggi. Noi ci confrontiamo e ci contrastiamo (sorride) moltissimo!».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il principe Alberto e Charlene di Monaco



Spielberg con la moglie Kate