

Sei qui: Home / AZIENDE / Mario Luca Giusti

21 views

Mario Luca Giusti

19 novembre 2010 Da redazione Commenta



Ogni cosa a tempo debito. Un discorso che vale per qualsiasi idea, per quanto geniale e innovativa. È lì che sta la differenza tra un creativo qualunque e un creativo che sa fare l'imprenditore. Il ritratto perfetto di **Mario Luca Giusti**: dapprima editore, poi a capo dell'azienda di famiglia, nel settore della moda. Quindi, nel 2005, la svolta. Si cambia tutto: «Ho capito che in quel mercato non eravamo più in grado di essere competitivi – spiega Giusti – proprio per com'era impostato il nostro lavoro». E così ha deciso di reinventare da zero il business della società, creando una linea (che porta il suo stesso nome) di oggetti per la tavola realizzati con materiali sintetici capace, in breve tempo, di conquistarsi una nicchia significativa di mercato. Si cambia tutto, dicevamo, ma non le strutture dell'azienda e le maestranze, rimaste le stesse anche dopo il grande passo. Un'altra testimonianza del fatto che per fare bene l'imprenditore non servono "colpi di testa", bensì colpi fatti con la testa.

Dottor Giusti, l'azienda della sua famiglia nasce addirittura nel 1865, ma solo nel 2005 avete iniziato a produrre oggetti per la tavola realizzati con materiali sintetici. Per prima cosa le chiediamo come e perché è nata quest'idea imprenditoriale: merito di un'illuminazione divina o si è trattato di puro spirito d'osservazione?

La società della mia famiglia è nata come azienda per la produzione di pelli, poi si è spostata nel campo della moda, fino a cinque anni fa, quando – come detto – ho deciso per questa trasformazione. Non è stata un'illuminazione divina... Più che altro è entrata in gioco la mia capacità di capire che nel settore della moda non eravamo più in grado di essere competitivi, di ripetere i numeri del passato, proprio per com'era impostato il nostro lavoro. Ho sentito che l'azienda scricchiolava, così ho pensato di reinventare il nostro business, pur mantenendo le stesse strutture e le stesse maestranze di prima. È stato sicuramente un esperimento di successo, visto che – per esempio – abbiamo attraversato la crisi incrementando il fatturato e senza lasciare a casa nessun dipendente.

Parliamo proprio di come si evolva la società in questi cinque anni. Oggi quali sono i numeri della Mario Luca Giusti?

Dopo la fase di avvio, l'anno scorso siamo tornati a dei risultati in linea con quelli di un tempo. Basti pensare che il nostro fatturato 2010 sarà superiore a quello del 2009, che già aveva registrato una crescita del 112% rispetto al 2008. Dai 3 milioni di euro dell'anno scorso, dunque, prevediamo di arrivare a 3,8 milioni di euro nel 2010. Un risultato notevole se si pensa che, per esempio, vendiamo ai commercianti i nostri bicchieri a soli 3-4 euro per pezzo (anche se poi vengono rivenduti a 12 euro in negozio, un prezzo alto considerando che sono di plastica). La crisi? Se continua così, per me può andare avanti altri dieci anni... La nostra, comunque, è una piccola impresa, seppur in espansione. Ma è pur vero che qui a Firenze ci occupiamo solo di disegnare e distribuire i nostri prodotti, che vengono tutti realizzati all'estero.

Mario Luca Giusti è – per definizione – un brand "di eccellenza", quindi, di nicchia. Ha mai pensato di espandere il vostro business in direzione di un mercato più "massificato", per così dire?

No, perché il nostro successo è dovuto proprio all'alta qualità dei materiali sintetici che utilizziamo. Non solo i nostri oggetti sono fatti con il materiale più adatto allo scopo, ma andiamo anche a realizzarli lì dove c'è un'eccellenza di produzione. È un piccolo segreto che ho rubato ad Hermes... Comunque, abbiamo conquistato il mercato italiano con i nostri bicchieri e ora stiamo esportando sempre di più verso l'estero. Per noi è grande motivo d'orgoglio, per esempio, essere stati scelti di recente dal MoMA (Museum of Modern Art, ndr) che da gennaio venderà alcuni dei nostri prodotti nel *design store* di New York. E poi anche nel mondo del cinema spesso vengono utilizzati oggetti Mario Luca Giusti per le scenografie. Come nel film "Mi dispiace devo andare", pellicola con Ricky Tognazzi e Stefania Sandrelli che uscirà nel 2011. La formula, dunque, è vincente e non possiamo proprio abbassare il nostro livello qualitativo. Vogliamo, semmai, aumentare la gamma dei prodotti: in questo momento, per esempio, stiamo realizzando dei prototipi di complementi d'arredo in materiale plastico, come tavolini da caffè e lampade da tavolo.

Come imprenditore, quali doti si riconosce? E quali limiti, invece?

Sicuramente le doti di creatività e la mia capacità di mettere insieme le collezioni. I limiti... Direi le scarse competenze organizzative. Per dirne una, non penso sarei in grado di avviare e gestire un'industria da mille persone.



Parliamo per un attimo di com'è strutturata la società al suo interno. Attualmente quante persone lavorano in azienda? Siete alla ricerca di qualche profilo particolare per completare il vostro team?

A Firenze lavorano una decina di dipendenti, mentre non saprei dire il numero esatto di persone impegnate nella produzione dei nostri oggetti all'estero. Qui abbiamo un ufficio amministrativo, uno di gestione degli ordini, un ufficio stampa interno (una rarità per un'azienda così piccola) e una parte di magazzino, che costituisce lo snodo logistico della nostra distribuzione, dopo che abbiamo controllato e re-inscatolato gli oggetti che riceviamo dai centri di produzione. A questo proposito, mi piace sottolineare che siamo stati scelti dalla catena Esselunga per il catalogo "Fidaty", il più importante in Italia per fatturato e qualità dei brand presentati. È un fiore all'occhiello, che testimonia la nostra efficienza e la nostra capacità organizzativa a livello di tempi di consegna.

Per completare il nostro team avremmo bisogno di trovare qualcuno che si occupi della vendita online degli oggetti Mario Luca Giusti. Un esperto di Web Marketing, ad esempio, che sia in grado di sviluppare quel mercato e renderlo remunerativo, perché penso che il tipo di prodotto sia assolutamente adatto alla Rete. Chi ritenesse di poter essere la persona giusta mandi pure il suo curriculum al mio indirizzo mail: mariolucagiusti@mariolucagiusti.com.

Classica domanda finale: che futuro vede davanti a se e alla sua creatura?

Credo molto nell'uomo e nella sua capacità di scegliere il proprio futuro. Le aziende si fanno con la creatività e io ne ho guidate tre – la prima è una casa editrice che ho fondato, poi sono stato a capo dell'azienda di famiglia nel pre e post 2005 – sempre ottenendo successi. Ma non è detto che lavorerò in questo settore per tutta la vita. Non perché io voglia a tutti i costi cambiare, bensì perché voglio sempre riuscire a lavorare con lo spirito di chi può cambiare e fare qualcosa di meglio, qualcosa di nuovo. Non intendo fossilizzarmi. Per questo ritengo fondamentale continuare a sviluppare idee capaci di conquistare il mercato.

Trova nel sito...

CERCA

FOLLOW US!



NEWSLETTER & CARRIERA

email

nome

 Autorizzo al trattamento dei dati (D.Lgs. 196/2003)

Invia

TWITTER DI CARRIERA

- Elisa Scalabrin, account supervisor di Cayenne. [about 5 giorni ago](#)
 - Gianfilippo Diamante, direttore generale di ButanGas Italia. [about 5 giorni ago](#)
 - Giorgio Lauretta è il nuovo amministratore delegato di TicketOne Sistemi Culturali, la joint venture tra TicketOne e Gebart. [about 5 giorni ago](#)
 - Giuseppe Marotta è stato nominato operations director di UniEuro - Pc City. [about 10 giorni ago](#)
 - Clara Petrone promossa a marketing manager per il sud Europa di McArthurGlen. [about 10 giorni ago](#)
- [Vai su Twitter](#)

Colloquio di Lavoro



SPORT & CARRIERA

Giorgio Rocca

A scuola di sport.

Il parallelismo tra mondo sportivo e mondo aziendale. La lezione degli sportivi



INTERVISTE POPOLARI

COMMENTI RECENTI

- Grafica Veneta | Fabio Franceschi - 5.324 views
- Organizzazione e IT | Flavio Radi... - 5.160 views
- Cielo Venezia 1270 | Sergio Cielo - 4.901 views
- Ferrarelle | Adriana Pontecorvo - 3.938 views
- Direzione Risorse Umane | Marcell... - 3.521 views
- Riccardo Simoneschi - 3.451 views
- Risorse Umane | Paolo Buratto - 3.332 views
- Boscolo Hotels | Raffaella Grando - 3.168 views
- Jacopo Perfetti - 3.128 views
- Francesca Morichini - 3.017 views

BIBLIOTECA PER MANAGER

