

NICOLA MARTINI (MASON'S), L'UOMO CHE HA SDONAGATO IL CARGO



Intervista al carrarese Nicola Martini, 45 anni, *patron* della *griffe* Mason's che quest'anno celebra i 40 anni di attività: "La mia idea di moda? Voglio che ogni capo abbia una storia da raccontare"

Mason's festeggia 40 anni

Tra forbici, tessuto e stoffe ha vissuto sin da quand'era piccolo, frequentando la sartoria di nonno Vilmo a Carrara - una delle più famose dell'alta Toscana costiera, all'epoca - respirando in famiglia l'atmosfera della creatività e dell'imprenditorialità.

E questi due elementi Nicola Martini, 45 anni, titolare della Mason's di seconda generazione, li ha portati con sé nel corso di un'avventura industriale lunga 25 anni, fino ad arrivare a guidare l'azienda che detiene il marchio Mason's, la Foster, accompagnandola alla soglia dei 40 anni di attività.



Ti senti più imprenditore o creativo? Quale di questi due aspetti ti ha guidato di più, finora?

Nicola Martini: *“Mah, probabilmente un giusto mix tra questi due elementi. Per fortuna, in Italia abbiamo un retaggio e una formazione tali da non consentirci di poter fare solo l’uno o l’altro. Siamo abituati a non essere settoriali all’eccesso e trovo che in un’azienda un imprenditore non possa avere successo senza essere creativo e viceversa.*

Nel mio caso, ciò che mi ha dato la spinta è stata la passione per questo lavoro, una disciplina ferrea ad andare avanti anno dopo anno. La voglia di creare c’era e c’è ancora, in sinergia col mio team: insieme a loro, andiamo ogni giorno alla ricerca della bellezza”.

Com’è partita questa ricerca?

Nicola Martini: *“É una storia che va indietro di una generazione: la mia presenza in azienda risale a 25 anni fa, ma tutto nacque con mio padre che fondò la Foster nel 1974 e ancora prima di lui con mio nonno, che aveva una delle migliori sartorie di Carrara. Poi arrivò il marchio Mason’s, frutto di un viaggio in Sudamerica e della scoperta delle uniformi dei militari dell’esercito di liberazione colombiano.*

A mio padre va dato atto di aver tirato fuori il marchio, dandogli una logica e uno spessore. A me e mio fratello Vilmo, che da ormai un quarto di secolo guidiamo l’azienda, si può riconoscere il fatto di aver fatto evolvere il brand dandogli più personalità, un taglio più giovane.

Cominciai a lavorare sui cotone lavati, poi quindici anni fa scoppiò la mania del cargo: fui uno dei primi a produrre i pantaloni a cinque tasche tinti in capo”.



Da allora cos'è successo?

Nicola Martini: *“Abbiamo continuato la sperimentazione sui materiali e i trattamenti, sempre spinti dalla passione. Oggi la nostra attenzione è rivolta all'estero (l'azienda, con un fatturato di 20 milioni di euro, ha il 75-80% di export), dove cerchiamo di portare la sartorialità italiana con tutte le connotazioni che la avvicinino a un concetto di luxury: dalla vestibilità alla qualità delle materie prime, dalle tinture al gusto fino alla comodità e alla personalità. Tutte doti che vengono apprezzate in Europa, negli Stati Uniti, in Giappone e in Corea, che sono i nostri mercati di riferimento.*

Abbiamo ormai adottato una visione internazionale, ma non abbiamo una ricerca spasmodica del fatturato a tutti i costi: è per questo, ad esempio, che abbiamo rifiutato le lusinghiere offerte di fondi d'investimento stranieri. Per il futuro abbiamo in programma una nuova sterzata verso l'eleganza, il lusso, pur tenendo i prezzi equilibrati per un consumatore di fascia medio-alta. Puntiamo alla ricercatezza: vogliamo che ogni nostro capo abbia dietro di sé una storia da raccontare”.

Avete anche un appassionato d'eccezione, mi risulta...

Nicola Martini: *“Sì, si tratta di Rocco Siffredi e come è nata la nostra amicizia è una storia curiosa. Sono*

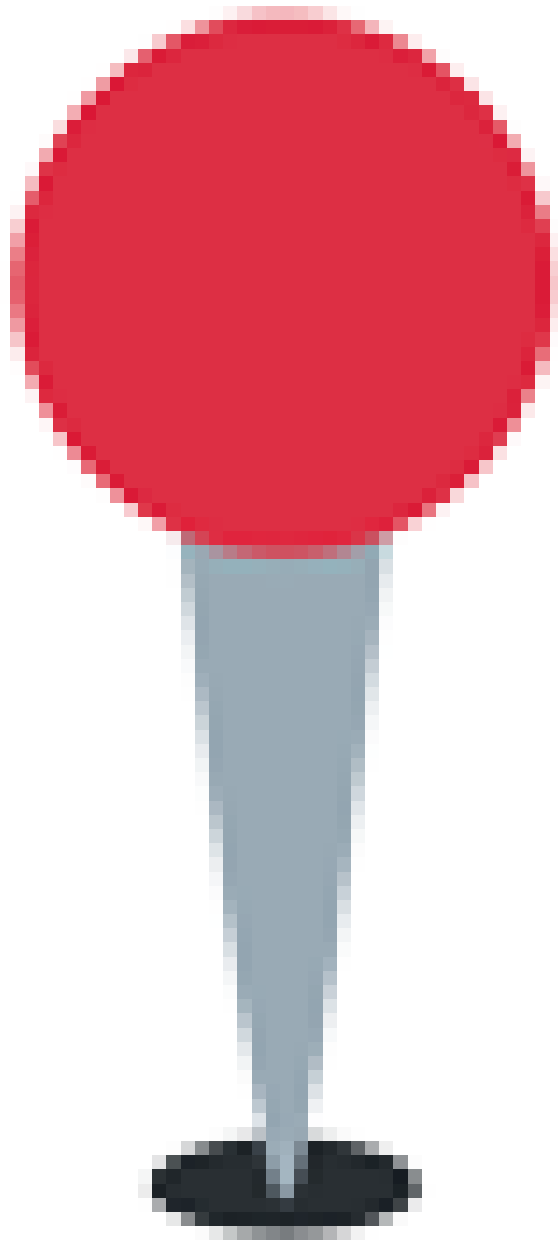
sempre stato un suo ammiratore e un giorno guardando un suo film mi accorsi che Rocco indossava i nostri pantaloni. Lo contattai, ci conoscemmo e in breve tempo diventammo grandi amici. Una volta è anche stato mio ospite in stand, a Pitti Uomo, ci siamo divertiti un sacco”.



A proposito di Pitti Uomo, stavolta Mason's ci sarà all'appuntamento fiorentino di giugno?

Nicola Martini: *“Non ci saremo a giugno, perché abbiamo impegni concomitanti a Berlino, ma di sicuro saremo a Firenze tra dicembre e gennaio, magari proprio per Pitti Uomo. Abbiamo da celebrare il quarantesimo anniversario dell'azienda, e festeggeremo con un grande evento.*

Voglio che sia qui in Toscana, perché sono molto legato alla mia terra: quando vado all'estero la mia regione mi manca un po', in fondo Firenze la sento sempre come casa mia”.



PER APPROFONDIRE:





[Roy Roger's, il primo jeans italiano parla toscano](#)





[Metti anche tu la veste bianca al White Party 2016 con Andare Oltre si Può](#)





Vogue Fashion's Night Out 2015: la moda passeggia a Firenze





[Florence Design Week: appuntamento con la Bellezza](#)

La Toscana è la tua passione? Anche la nostra!

[Teniamoci in contatto](#)



