

business

Brunello Cucinelli Implores Tech Sector to ‘Humanize the Web’

- The executive visits Dreamforce 2017 to address the tech industry, asking it to keep humanism alive through all the innovation.

By Adriana Lee

Brunello Cucinelli came to Dreamforce Wednesday with an imperative for the tech community: Humanizing the web must be a priority.

The luxury fashion designer and mogul has often talked about the need for elegance, dignity and kindness in today’s increasingly mechanized and innovation-obsessed world. This time, he brought his message straight to the country’s leading technology hub, at one of the region’s largest industry events.

With his trademark verve and thought-provoking insights, Cucinelli charmed the audience at his fireside chat with Salesforce chief executive officer Marc Benioff. But he also conveyed a serious concern that seems timely in the age of artificial intelligence, machine learning and computer vision.

With the growing number of screens in modern life, he said, “we need to manage and govern the web, so that these technologies are used ‘graciously,’ and do not deprive us and our children of the soul we were given.”

The opportunity to address the Dreamforce audience came from a social event,

Brunello Cucinelli at Dreamforce 2017 with Marc Benioff.



a dinner where Benioff heard Cucinelli’s take on the modernized world and how to maintain a human approach to doing business today.

For instance, Brunello Cucinelli’s company, which donates as much as 20 percent to charitable efforts, prohibits

employees from working overtime.

“We start working at 8 a.m., and we stop at 1. We have a pretty long lunch break; we have our pasta,” he said onstage. “It is forbidden to work beyond half past 5 p.m. It is forbidden to send e-mails on Saturdays and Sundays.” Treating people as human

beings and respecting employees’ lives and downtime away from work is a critical aspect of Cucinelli’s operation.

“Dignity, maybe, comes before bread,” he said. “If I give dignity to you, you will be more responsible tomorrow. You will be more creative in turn...Dignity engenders creativity. And you’ll have a company that grows in a staggering manner.”

The sentiment could have seemed quaint for a jaded tech sector, except that it came from the head of a 456 million-euro empire. The Brunello Cucinelli brand has grown in all markets, and the company expects double-digit growth in revenues and profits this year.

The company went public in Milan in 2012, but Cucinelli explained that this almost didn’t happen. “I had some investors [say] I needed to grow my revenues 50 percent a year, and I said, ‘No. I don’t want to go public then, if that’s the condition,’” he explained.

Of course, Cucinelli did want to grow his business, but he wanted what he called “gracious growth” or “gracious profit” of about 10 percent. That would allow him to “lead a normal life.”

That life has turned out to be rather extraordinary, and it gives him a perch to address technology’s visionaries and show them that success, creativity and innovation doesn’t have to have a human cost. And he hopes that these “guardians, custodians of this new millennium in front of us,” as he calls them, bear that in mind as they shape the future.

Brunello Cucinelli ha supplicato il settore delle tecnologie di “umanizzare la rete”

Il dirigente ha partecipato alla conferenza Dreamforce 2017 per rivolgersi al settore tech e chiedergli di mantenere vivo l’umanesimo lungo tutto il percorso innovativo

Di Adriana Lee

Brunello Cucinelli è venuto mercoledì all’evento Dreamforce con un imperativo rivolto alla comunità tecnologica: umanizzare la rete deve essere una priorità.

Lo stilista e magnate del lusso si è spesso soffermato sulla necessità di eleganza, dignità e gentilezza nel mondo odierno, sempre più meccanizzato e ossessionato dall’innovazione. Questa volta, ha portato il suo messaggio direttamente nel cuore pulsante della tecnologia nazionale, a uno degli eventi di settore più grandi della regione.

Con la sua consueta *verve* e le sue stimolanti intuizioni, Cucinelli ha stregato il pubblico durante la chiacchierata amichevole con l’amministratore delegato di Salesforce Marc Benioff. Ma ha anche espresso una preoccupazione seria che sembra decisamente puntuale e tempestiva nell’era dell’intelligenza artificiale, dell’apprendimento automatico e della visione artificiale 3D.

Visto il numero crescente di schermi che assillano la nostra vita quotidiana, ha osservato, “dobbiamo governare la rete per far sì che queste tecnologie vengano utilizzate ‘in maniera garbata’ e non privino noi e i nostri figli dell’anima che ci è stata data in dono”.

L’occasione di presentare il proprio pensiero al pubblico di Dreamforce era nata in occasione di un evento sociale, una cena in cui Benioff aveva ascoltato il punto di vista di Cucinelli sul mondo moderno e su come mantenere un approccio umano nel modo di fare impresa al giorno d’oggi.

A titolo d’esempio, l’azienda Brunello Cucinelli, che destina addirittura il 20 per cento a iniziative di beneficenza, vieta ai propri dipendenti di lavorare oltre l’orario d’ufficio.

“Cominciamo a lavorare alle 8 del mattino e interrompiamo all’una. Facciamo una pausa pranzo piuttosto lunga; ci dobbiamo gustare la nostra pasta” ha affermato dal palco. “E’ vietato lavorare oltre le 5 e mezza. Non si possono inviare email il sabato e la domenica”. Trattare le persone come esseri umani e rispettare la vita e il tempo non lavorativo dei dipendenti rappresentano aspetti cruciali del modo di operare dell’impresa di Cucinelli.

“Forse la dignità viene ancor prima del pane”, ha ricordato. “Se ti dò dignità, domani sarai più responsabile. E sarai anche più creativo. La dignità genera creatività. E il risultato è un’azienda che cresce in maniera straordinaria”.

Il concetto sarebbe potuto apparire quanto meno bizzarro soprattutto al settore tech, indurito e impassibile, ma il fatto è che a esprimerlo è stata la persona a capo di un impero del valore di 456 milioni di euro. Il marchio Brunello Cucinelli è cresciuto in tutti i mercati e quest’anno la società si aspetta una crescita a doppia cifra sia del fatturato sia degli utili.

L’azienda si è quotata a Milano nel 2012 ma Cucinelli ha raccontato che la quotazione ha rischiato di saltare. “Alcuni investitori mi avevano detto che avrei dovuto pormi come obiettivo una crescita del fatturato del 50 per cento l’anno e io ho risposto, ‘No. Se queste sono le condizioni, allora non mi quotò’”, ha spiegato.

Cucinelli voleva ovviamente far crescere il proprio business, ma voleva anche quella che lui chiama una “crescita garbata” o “profitto garbato” di circa il 10 per cento, che gli avrebbe permesso di “condurre una vita normale”.

Quella vita in realtà si è rivelata piuttosto straordinaria visto che gli concede un podio da cui rivolgersi ai visionari delle tecnologie e mostrare loro che il successo, la creatività e l'innovazione non devono avere un costo dal punto di vista umano. E la sua speranza è che questi “guardiani, custodi del nuovo millennio seduti qui di fronte”, come li chiama lui, ne tengano conto nel loro processo di costruzione del futuro.