

Carolina **Cucinelli**

La moda è di tutti

NON UNA REALTÀ ELITARIA PER SOLI ADDETTI AI LAVORI,
MA UNA FUCINA DI CREATIVITÀ APERTA AL GRANDE
PUBBLICO. LA FIGLIA MINORE DI BRUNELLO RACCONTA
COSA SIGNIFICHI FAR PARTE DI UNA PRESTIGIOSA DINASTIA
DEL CASHMERE, COME E PERCHÉ È NATA L'AZIENDA
DI FAMIGLIA, E QUAL È IL PUNTO DI VISTA SUL MONDO

DI UNA MANAGER DELLA GENERAZIONE Z

di Linda Parrinello e Cecilia Lulli - foto di Mattia Cecchetti



Durante l'intervista, quando parla del padre spesso si riferisce a lui chiamandolo Brunello, quasi a indicare che si tratta di un brand. Nella vita come sul lavoro. Un brand che sta più nel cognome, Cucinelli, che anche lei e la sorella maggiore Camilla portano con una certa qual consapevolezza, visto che esso coincide – nel mercato del cashmere – con un regno dove (giornalisticamente e retoricamente parlando) loro due sono le principesse e il padre il re. Un regno che coincide col Borgo Solomeo in quel dell'Umbria, che vanta conti decisamente in salute: nel primo semestre 2019 i ricavi hanno continuato a crescere fino a 291,4 milioni, registrando un +1,1% in Italia, +9,6% in Europa, +9% in Nord America e +31,9% nel resto del mondo. Un regno in cui Carolina Cucinelli, 28 anni, dopo studi d'arte, si inserisce nel 2010, ricoprendo vari ruoli fino ad assumersi la responsabilità dello sviluppo del fronte web del marchio oltre a entrare nel consiglio di amministrazione. Sposatasi lo scorso anno con Alessio Piastrelli, dirigente del settore acquisti del gruppo, si può dire che Carolina appartenga a quella genia di figli d'arte, entrati nel business di famiglia, con la convinzione di dover e poter agire certamente "in nome del padre", ma partendo sempre e comunque da se stessi e dalle proprie aspirazioni.

Diciamoci la verità, suo padre non ha reso la vita facile a lei e a sua sorella. Essere figlia dell'"imprenditore umanista" per eccellenza, è una responsabilità. Quando si è accorta di essere una Cucinelli?

Direi soprattutto nell'anno che ha preceduto la quotazione in Borsa. Quando abbiamo deciso che essendo la nostra un'azienda basata sulla famiglia e collocata nell'entroterra umbro, avremmo adotta-

to un approccio diverso rispetto alla norma. Mio padre osservò che dovevamo cercare finanziatori che credessero nel nostro progetto per ciò che rappresentava nel suo complesso, e che si rendessero conto della sua particolarità. Quindi, la cosa più naturale da fare è stata di invitarli tutti a Borgo Solomeo: ogni singolo investitore è venuto a casa nostra, ha cenato con noi, ha conversato con le nostre famiglie, visitato i nostri laboratori.

È stato questo il punto di non ritorno?

Sì, perché mi sono resa conto che qualcosa di speciale stava accadendo davanti ai miei occhi. Però ho vissuto questa realtà fin da quand'ero piccola. Mio padre e mia madre erano impegnati ad avviare l'azienda, mentre io e mia sorella eravamo affidate ai nonni. Così, per poter stare con i nostri genitori passavamo interi pomeriggi nei laboratori insieme alle sarte e alle maglieriste, per noi giocare era osservare il loro lavoro o cucire i vestiti per le nostre Barbie. Così facendo, la moda è diventata un contesto naturale, familiare, evolutosi via via in una grande passione, che ha ispirato anche la scelta dei miei studi. Poi, nel 2010 quando propendevo per iscrivermi a una facoltà, mio padre mi ha lanciato una sfida: «perché non vieni a fare l'università in azienda?». Tutto è iniziato così, come una prova, solo che una volta entrata non me ne sono più andata. Sono stata in produzione e ho affiancato l'ufficio stile, dove lavora mia sorella (Camilla è "secondo" c.d. CO - della responsabile dell'ufficio stile donna, ndr), per poi passare alla comunicazione – online e offline – occupandomi del progetto Artigiani umanisti del web, e rimettendo mano all'e-commerce per conferirgli un approccio più empatico e "umano" con il cliente.

Suo padre ha detto che «parlando di figli, proviamo a non trasmettere più quell'idea che devono avere paura di tutto. Spingiamoli piuttosto ad avere il coraggio di alzare la testa per guardare il cielo e le stelle».

Mio padre è una persona estremamente positiva, e di poche parole, ma riesce sempre a trovare quelle giuste per darti la carica. E ha sempre avuto le idee molto chiare sul fatto che per riuscire a mandare avanti una famiglia e un'azienda – gestita dalla prima – fosse di vitale importanza mantenere distinti gli ambiti. Perciò a casa non si parlava mai di lavoro, nonostante i miei genitori lavorassero insieme; essendo cresciute in un simile contesto, anche per noi figlie è stato abbastanza naturale separare le due cose. Così come siamo cresciute nella libertà di coltivare ogni nostra passione e curiosità. A un certo punto, avrei voluto fare la pittrice, poi la musicista e infine la fotografa, mi piaceva la danza... Solo che ogni volta che tornavo a casa mia nonna mi accoglieva con un «ma tu lo sai che gli artisti vivono sotto i ponti?», riportandomi immediatamente con i piedi per terra (ride). Alla fine,

però, la moda ha avuto la meglio, e occupandomene sto mettendo a frutto molti aspetti di quella mia vena artistica.

Si parla poco di sua madre Federica.

Eppure, senza di lei nulla sarebbe stato possibile. In casa come in azienda. Senza di lei mio padre non avrebbe avuto l'idea di fondare la Cucinelli. È lei ad averlo ispirato, già a 18 anni gestiva un negozio di abbigliamento dove proponeva i →

So che il nostro prodotto non è alla portata di tutti, ma credo che se ne possa condividere la filosofia. Quello della moda è un saper fare che può interessare chiunque

➔ **Classe 1991, in seguito agli studi in Maestro d'arte, moda e costume, nel 2010 inizia a lavorare nell'impresa di famiglia. Dopo un periodo di gavetta nei diversi reparti dell'azienda, oggi è Brand and Media Relations Manager e Board Member**





brand più in voga. Dopo anni di lavoro instancabile, a 60 anni ha deciso di volersi dedicare totalmente alla Fondazione che porta il suo nome e quello di mio padre, occupandosi di supportare diverse iniziative sul territorio, in collaborazione con associazioni, centri culturali, scuole, teatri; e non solo a Solomeo, ma in tutta la regione.

Dall'esterno Borgo Solomeo sembra un'oasi di pace. Non c'è il rischio che si trasformi in una gabbia dorata?

Viaggiando per il mondo per una media di almeno 4-5 mesi all'anno, direi che non corriamo questo pericolo. Solomeo è la casa dove tornare dopo aver passato una settimana a Milano, piuttosto che negli Usa o altrove. È un posto dove essere noi stessi e basta.

Come si traduce l'umanesimo imprenditoriale by Cucinelli in una giovane rappresentante della Generazione Z?

Non è un approccio diverso da quello che ci caratterizza da sempre. Il concetto è di mettere al centro del nostro business l'uomo, non solo i clienti, ma soprattutto i nostri collaboratori. Creando ambienti di lavoro accoglienti, ritmi non alienanti, adeguate retribuzioni, favorendo la formazione professionale dei giovani. Nel 2013 abbiamo fondato la Scuola professionale di Arti e Mestieri che permette ai ragazzi di avvicinarsi alla sartoria, al riammaglio, al rammendo per poi venire, se vogliono, a lavorare da noi o in uno dei tanti laboratori tessili della nostra regione. Le nuove generazioni possono essere depositarie dell'antica sapienza della manifattura, di cui il nostro Paese è la patria d'elezione a livello internazionale.

Il vostro brand ha sempre posto l'accento sulla sostenibilità, eppure quella del cashmere è considerata una produzione a forte impatto ambientale.

Da 40 anni la nostra azienda ha puntato sull'equilibrio tra natura, uomo e azienda. A noi piace definirla "umana sostenibilità", che mio padre ha respirato fin da bambino: nella casa di campagna in cui è cresciuto non c'è stata la luce elettrica fino a quando non ha compiuto 15 anni. Credo che vivere in così stretta connessione con la scansione delle stagioni e del ciclo di vita della natura infonda l'urgenza al rispetto di quanto ci circonda, perché fa parte di noi. Dopo di che, in azienda supervisioniamo direttamente il reperimento delle materie prime. Di recente con Camilla siamo state in Mongolia, volevamo vedere con i nostri occhi questi allevamenti, dove i pastori vivono in simbiosi con le loro greggi curandole quasi come dei figli, e non potrebbe essere altrimenti visto che da esse dipendono le loro vite.

Prima ha accennato al suo percorso in azienda, quale pensa sia il suo personale contributo al brand?

Proprio perché è un'azienda no logo, Cucinelli deve avere un'identità molto forte: oltre alla materia prima, è lo stile a fare la differenza. Uno stile che è indubbiamente ispirato da Brunello – che ne è il direttore creativo, con il quale collaborano mia sorella Camilla e due uffici stile (uomo e donna) – combinato con tutta una serie di trend di stagione e di studi che, reinterpretati, ci consentono di mantenere una forte riconoscibilità. In un contesto così coeso non è stato facile costruire un proprio punto di vista. Anche perché la mia prospettiva rispetto all'azienda si è evoluta nel tempo... Pensi che all'inizio avrei voluto dedicarmi a un lavoro puramente manuale: stare alla macchina da cucire. Poi, via via ho scoperto aspetti di me stessa che mi hanno spinto a interagire con la fase creativa; ho ca-

Noi giovani spesso viviamo nella paura di non essere all'altezza; dobbiamo credere di più nelle nostre capacità, imparare a buttarci correndo il rischio di sbagliare

pito che la mia attrazione verso la manualità, il piacere di stare a contatto con i tessuti, conoscerli, sceglierli, mi consentiva di poter dare un mio contributo. Così, ho cominciato a viaggiare per il mondo, raccogliendo spunti e suggestioni che sono parte integrante di quella che è oggi la mia personale prospettiva sul prodotto.

Una prospettiva che le torna utile nel suo ruolo operativo, visto che prevede il coordinamento e lo sviluppo delle attività legate al prodotto, alle vendite retail, alle vendite all'ingrosso e al marketing, oltre alle relazioni con i media e tutto il fronte digital. Come dire che, a parte suo padre che ne è il frontman, lei si occupa di quel che all'esterno si vede della vostra azienda. Da cosa è partita e continua a partire per comunicare la Cucinelli?

Essenzialmente dagli ideali, quelli della nostra famiglia che sono stati trasmessi integralmente all'azienda. La dimensione familiare ci è anche di ispirazione. Per esempio, dopo aver vestito una "coppia Cucinelli", dove lo stile dell'uomo fosse armonico con quello della donna, per linee e combine di colori, per questa stagione autunno-inverno ci siamo spinti a creare la prima linea bambini. Mi piaceva l'idea di avere stilisticamente una "famiglia Cucinelli", e per questo abbiamo tratto spunto dalle mie nipoti, analizzandone gusti, aspettative, esigenze. Come vede, la dimensione familiare continua a tornare... →

Qual è oggi il messaggio che intendete trasmettere?

Che quello della moda non è un mondo elitario. So perfettamente che il nostro prodotto non è alla portata di tutti, tuttavia credo che si possa dividerne la filosofia: quello che facciamo e come lo facciamo è accessibile a chiunque desideri venire a Solomeo e visitare la nostra azienda. Mi piacerebbe far passare un concetto che è già stato accreditato al Salone del mobile, ovvero che il design ormai parli a tutti. Vorrei che anche la moda facesse proprio tale assunto, perché questo è un saper fare che può interessare tutti. Perfino gli esperti di tecnologia della Silicon Valley! Siamo stati invitati per due anni di fila al Dreamforce di San Francisco, e questa primavera Brunello li ha invitati a sua volta a Solomeo per un forum in cui si parlava di anima, tecnologia e nuovo umanesimo. Hanno risposto in tanti, da Jeff Bezos di Amazon a Drew Houston di Dropbox, passando per Reid Hoffman di LinkedIn, Ruzwana Bashir di Peek.com e Lynn Jurich di SunRun. Tutti sono rimasti entusiasti della dimensione nella quale si genera la particolarità della nostra azienda.

Tra figlie e nipoti, la vostra è una famiglia decisamente al femminile, qual è il suo punto di vista sulle quote rosa?

Sono certa che manchi poco per arrivare a una completa equiparazione, ma le donne non devono aspettare che siano gli uomini a concedere loro spazio, devono andarselo a prendere. E la stessa cosa penso dei giovani: bisogna mettersi in gioco, uscire dalla propria comfort zone, non aspettare che siano gli altri a darti spazio. Invece, ho sperimentato anche sulla mia pelle, che noi giovani viviamo spesso nella paura di non essere all'altezz-

Strettamente personale

So che da piccola ha studiato musica e le sarebbe piaciuto diventare pianista, qual è oggi il suo artista del cuore?

Ludovico Einaudi. Abbiamo avuto il privilegio di ospitarlo per la nostra inaugurazione del teatro nel 2008, e lo considero una grande persona oltre che un appassionante musicista. La musica - anche quella rock - rimane sempre una passione, peccato non avere più tanto tempo per suonare.

Ha accennato al suo amore per la pittura, è anche una collezionista?

No, ho solo dei quadri avuti in regalo da mio padre, uno dei quali è di Artemisia Gentileschi, la mia pittrice preferita, che amo anche per la sua storia di allieva ideale del grande Caravaggio.

So che alle sorelle Cucinelli piace cucinare, sperimentate o andate sul classico?

Decisamente sul classico. Con Camilla ci siamo divisi i compiti, lei eccelle nei primi, io mi dedico ai dolci, in mezzo c'è mia madre col suo orto: le nostre verdure sono tutte a km 0, anche se a seconda della stagione può risultare un po' monotono. Per esempio, nel periodo delle zucchine si mangiano in tutte le salse: risotto con le zucchine, pasta con le zucchine, frittata con le zucchine...

In casa sua i libri sono benvenuti: per le nozze ha ricevuto da suo padre anche mille libri, regalo che pare abbia fatto pure a sua sorella e alle sue nipoti (e ogni anno omaggia di un libro anche i suoi dipendenti).

Lei cosa ama leggere?

Dipende dal periodo, spazio un po' tra generi e autori. Ora sono alle prese con le lettere che Michelangelo Buonarroti si scambiava con l'amato Tommaso de' Cavalieri: esprimono un profondo sentimento, tutte bellissime e romantiche. Leggerne una ogni sera, mi fa bene all'anima.



za, di essere rifiutati; dobbiamo quindi credere di più nelle nostre capacità, imparare a buttarci correndo anche il rischio di sbagliare.

Qual è il peccato mortale che non vorrebbe mai commettere nella vita come al lavoro?

Prendere decisioni senza essermi confrontata con le persone di cui mi fido.

E qual è l'errore in cui è incorso suo padre?

Esattamente l'opposto (*ride*). Quello di procedere a volte armi in resta, senza ascoltare gli altri... Adesso però è migliorato molto, ci tiene ad ascoltare in particolare il punto di vista dei giovani, di chi potrebbe pensarla in modo diverso. In passato era più irruento.

A proposito di suo padre: di solito si ha di lui un'immagine di persona molto precisa, ma non sgarra mai?

Eccome! Essendo cresciuto al bar con gli amici, ha imparato tantissimi "trucchetti" con le carte. Quando gioca spesso bara, soprattutto con i meno esperti. In famiglia si narra che una volta sia riuscito a fare scopa sette volte con la stessa carta...