

**Brunello Cucinelli: «Vogliamo crescere, ma non a qualsiasi costo»**

*L'imprenditore italiano inaugura una nuova boutique a Parigi e porta in Francia il docufilm che narra la sua vita. Ci racconta le ragioni del suo successo e le sfide che deve affrontare il settore del lusso oggi.*

Di Matthieu Morge Zucconi

Trimestre dopo trimestre i numeri di Brunello Cucinelli lasciano senza fiato. Mentre il mercato del lusso attraversa un periodo turbolento che non risparmia neppure i big lui continua per la sua strada consolidando i propri successi: una crescita di circa il 10 % nella prima parte dell'anno e fatturati in rialzo in numerosi mercati: Stati Uniti (+20,6 %), Asia (+14,1 %), Europa (+5,3 %) ... Insomma, l'azienda umbra nata nel 1978 e basata a Solomeo non conosce crisi. Brunello Cucinelli sarà a Parigi per l'apertura di una nuova boutique in rue Saint-Honoré, ma anche per la "prima" in Francia del docufilm realizzato dal Premio Oscar Giuseppe Tornatore.

Sono trascorsi alcuni mesi dalla "prima" a Roma e ora si appresta a portare in Francia il film dedicato alla sua vita «Brunello: il visionario garbato», realizzato da Giuseppe Tornatore. Come è stato accolto dal pubblico?

In questi ultimi mesi, prima di approdare a Parigi, abbiamo presentato il film a Roma, negli Stati Uniti, in Canada e Regno Unito ... Il pubblico l'ha accolto molto bene. Sono molto felice per il modo con cui è stata raccontata la nostra storia. È un film che mi tocca profondamente perché narra la storia della mia vita. Per me Giuseppe Tornatore è un poeta. Come me è cresciuto in campagna e per questo capisce perfettamente da dove vengo e chi sono.

Con questo film lei rivela molto di sé stesso e della sua vita ...

Assolutamente. Racconto la mia infanzia nella campagna umbra, senza elettricità, né acqua corrente, né televisione. Poi ci sono gli anni della mia formazione al bar, dai 15 ai 25, in cui ho imparato tutto sulla vita e avviato il percorso della mia azienda. Spesso i film a carattere biografico o i documentari sulla vita di qualcuno si fanno post mortem. E allora tutti si sforzano a dire quanto fosse fantastica quella persona... Invece io sono vivo! Quindi per me c'è più verità in questo progetto. Volevo raccontare il mio percorso personale, da dove vengo, in modo che tra quaranta o cinquant'anni i miei nipotini, ad esempio, possano ricordarsi chi sono stato, cosa dicevo e cosa pensavo.

In questi giorni state aprendo un nuovo negozio parigino. Che ruolo ha Parigi nel suo progetto di sviluppo?

Parigi così come Milano, Londra e New York è una città importante per un'azienda come la nostra. Sono capitali mondiali dove vivono molti dei nostri clienti! L'apertura di questa boutique parigina rappresenta prima di tutto un'opportunità: cercavamo un nuovo spazio da parecchio tempo e l'abbiamo trovato in questo luogo che rispecchia totalmente le nostre aspettative.

Oltre a queste piacevoli novità il contesto si è dimostrato particolarmente favorevole per la sua azienda in questi ultimi tempi. Qual è il segreto del suo successo in un mercato del lusso in affanno?

Penso si tratti del nostro approccio sano al fare impresa. Vogliamo crescere, ma non a qualsiasi costo e non velocemente: una crescita controllata, anno dopo anno. Ogni anno apriamo due o tre boutique, ne ristrutturiamo altre due o tre ... il tutto a piccoli passi. È più facile crescere quando si è una piccola azienda a dimensione umana come la nostra rispetto a strutture enormi come altri brand del lusso. È più facile crescere per un brand con quaranta negozi che per un marchio che ne ha centinaia! Penso che potremo proseguire su questa strada per i prossimi anni, benché il contesto non sia dei più favorevoli, infatti il mercato si sta riassetando dopo gli anni di crescita impressionante del dopo pandemia.

Quindi secondo lei le difficoltà che incontra il lusso sono dovute alla volontà di crescere troppo in fretta?

Difficile dirlo, ma una cosa è certa: in molte aziende stilisti e manager sono figure di passaggio, vi lavorano per tre o quattro anni e poi cambiano. Il mio approccio è un altro: voglio che la mia azienda sia ancora a Solomeo anche tra un secolo. Mi viene in mente una frase di Jean de La Bruyère, che scriveva: «Una moda ha appena distrutto un'altra moda, che a sua volta sarà sostituita da una più nuova, che lascerà il passo a quella successiva». È il nostro modo di vivere e dobbiamo accettarlo. Questo è vero nel nostro settore ma anche in altri: quando apre un nuovo ristorante di moda non si deve dimenticare che prima ce n'era già un altro che i clienti abbandoneranno per frequentare quello nuovo!

Fin dai suoi esordi lei ha imposto un suo stile personale che non segue le tendenze ma esalta l'eleganza ...

Noi non abbiamo un logo e il nostro stile è un po' più classico di altre case di moda, ma per noi funziona. Ho sempre voluto mantenere una dimensione umana, fedele all'idea dell'esclusività. Molti investitori mi chiedono cosa intendo fare per essere ancora più conosciuto. Beh, non ne ho particolarmente voglia.

Voglio solo parlare ai miei clienti e voglio che continuino a riconoscersi in ciò che facciamo.

Oltre al tema commerciale uno dei problemi odierni del lusso è quello della struttura produttiva. Perché secondo lei è così difficile trovare profili capaci di confezionare prodotti di qualità?

Si tratta in primo luogo della capacità di attrarre lavoratori. Il lavoro in fabbrica non è facile, la sveglia suona presto la mattina e le giornate sono lunghe e pesanti. Ebbene gli addetti del settore del tessile in Italia guadagnano 1.500 euro al mese con prospettive di crescita personale quasi inesistenti. In Francia e Germania gli stipendi sono un po' più alti, intorno ai 2.000 euro, ma sempre con poche prospettive di carriera. In simili condizioni chi ha voglia di fare certi lavori? Oggi se un ragazzo dice alla famiglia di voler andare in fabbrica o fare il sarto i suoi non sono certo entusiasti. Occorre ridare lustro ai mestieri dell'artigianato per infondere ai giovani delle nuove generazioni il desiderio di lavorare con le mani. Ma questo si ottiene con stipendi più alti e un ambiente di lavoro più gradevole... È imprescindibile.

La formazione è un altro tema importantissimo...

Certo ma non è il problema principale. In Italia abbiamo moltissime filiere formative. Ma il tema è quanto siano attrattivi gli sbocchi di lavoro. Lo ripeto, chi ha voglia di formarsi a un mestiere sapendo fin dall'inizio che non guadagnerà quando vorrebbe? Ancora oggi molte fabbriche sono sprovviste di finestre per evitare che chi ci lavora si distraiga guardando fuori. Chi vorrebbe lavorare in quelle condizioni? Questa situazione deve cambiare se non vogliamo che scompaiano le nostre preziose figure professionali. Abbiamo bisogno di qualità e di artigiani, ma spetta a noi aziende e ai governi remunerare correttamente i nostri collaboratori garantendo loro condizioni di lavoro dignitose.

Matthieu Morge Zucconi