

Harper's BAZAAR

ESPAÑA

Nº 73 Septiembre 2016 3,95 €
(Canarias 4,30 €)
www.harperbazaar.es

EL NÚMERO DE LOS ICONOS

David Hockney
Sigourney Weaver
Jane Birkin
Paulina Porizkova
Ángela Molina

EN LA CAMA CON
**KIM KARDASHIAN
& KANYE WEST**

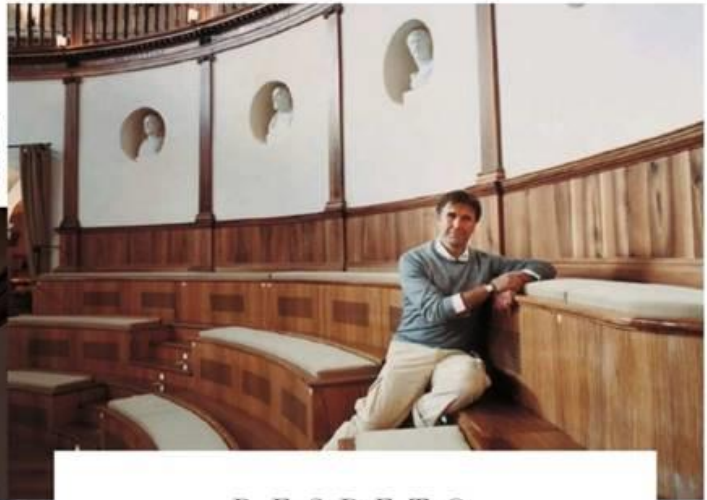
*Por Karl Lagerfeld
y Carine Roitfeld*

Enamorados
de la
Moda





A la dicha, el empresario Brunello Cucinelli en el teatro que ha construido en Solomeo. Debajo, el burgo restaurado que ejerce de sede de su empresa.



RESPECTO Y PUNTO

La apuesta por el humanismo de la firma BRUNELLO CUCINELLI demuestra que lo sostenible también puede ser rentable.

Por Eugenia de la Torre

Si usted viviera en una villa renacentista en Solomeo, un burgo medieval restaurado en Umbria (Italia), seguramente tampoco querría pasar muchas noches fuera de casa. Eso le ocurre a Brunello Cucinelli (Castel Rigone, 1953) que, sin embargo, ha abandonado sus dominios por unos días para visitar España. Se adivina que el mesiánico despliegue dialéctico de este empresario debe adquirir toda su potencia en ese hábitat, que acoge su hogar y su empresa, pero aún así ofrece buenas dosis de él durante un encuentro en Madrid.

Su discurso es la base ideológica de una compañía que va más allá del éxito empresarial. La historia de cómo pasó de vender 50 jerseys de colores en 1979 a protagonizar una admirada salida a bolsa en el parque milanés, en 2012, es objeto de estudio en las escuelas de negocio, pero el relato adquiere mayor complejidad por la filosofía que Cucinelli imprime a su proyecto. Un modelo empresarial que, según la descripción de *The New Yorker*, bebe al mismo tiempo del "humanismo del Renacimiento, del estoicismo de Séneca y del rigor benedictino". El autodenominado "capitalismo humanista" de Cucinelli implica unas condiciones de trabajo dignas para los trabajadores y un producto realizado en Italia y fabricado en armonía con el ecosistema y la cultura de la zona. Un alegato pertinente cuando la industria de la moda se encuentra sumida en un imprescindible debate sobre la sostenibilidad humana y medioambiental de sus prácticas. "Hay que trabajar respetando al ser humano, a la tierra y a los animales", reflexiona Cucinelli. "Yo querría vivir sin hacer daño a la humanidad y lo intento con todas mis fuerzas. ¿Tú



Oficina de Cucinelli en Solomeo. A la dicha, un diseño para este otoño.

EL ESTILO



te pondrías una pieza de ropa si supieras que se ha producido con sufrimiento? Yo espero que el consumidor prime a empresas que tratan bien a la gente. La sociedad está cada vez más preocupada por la sostenibilidad aunque esta expresión me aburre porque está demasiado de moda. Yo prefiero hablar de dignidad".

El pueblo de Solomeo, enclavado en la montañosa región de Umbria donde él nació, con su castillo reconvertido en fábrica, su villa transformada en comedor y un teatro para proporcionar sustento cultural a los trabajadores es la demostración palpable de su filosofía. También lo son sus colecciones de ropa para hombre y mujer, que extienden su mullido mensaje por un horizonte de cachemir, tonos sobrios y formas envolventes. Una operación que el año pasado facturó 414 millones de euros y que ya emplea a 1.400 personas de forma directa. Un ejemplo de que la ética puede ser rentable y de que su beneficio puede ser algo más que espiritual. "Espero que modelos como el nuestro sirvan para que las cosas cambien", admite Cucinelli. "Nosotros cotizamos en bolsa, damos beneficios y trabajamos en Italia porque desarrollamos un producto con mucha artesanía. Yo vi a mi padre trabajar como un esclavo hace 50 años, pero hoy todo puede mejorar porque existe esto [señala el teléfono]. Internet es el descubrimiento más importante del próximo siglo. Si yo trabajo en un sitio con dificultades y publico una foto, todo el mundo sabrá las condiciones en las que se hace un producto. Es una forma de moralización. ¿Por qué no van a poder cambiar las cosas en la industria de la moda? En los últimos dos o tres años, hemos pasado de un mundo de consumismo a uno de utilización de las cosas. Ya no somos consumidores, sino *utilizadores*. Como decía Epicuro, yo quiero trabajar aquello que la tierra me da: un buen cachemir, un vaso de agua o un chocolate. Pero me gusta saber que ha sido elaborado con respeto."

¿En qué se traduce el cuidado a los empleados, además de en sueldos algo superiores a los habituales? "Nadie tiene que fichar por la mañana, pero a las 8 se llega. Hay una pausa de hora y media para comer y después de las 17.30 no se puede trabajar más. Yo no te quiero robar el alma.

Por la tarde, cuidas tu espíritu, tu familia... No puedes estar conectado. No trabajamos en una atmósfera de estrés continuo. Yo no soy histérico y nadie en mi empresa puede serlo, ni tampoco tratar mal a otra persona. En mi compañía eso significa estar automáticamente despedido. Así se crea una atmósfera de vida serena". Hijo de un agricultor, Cucinelli dejó los estudios de Ingeniería a los 24 años y señala el Bar di Gigino como una de sus principales academias formativas. Eso no le ha impedido estudiar por su cuenta y crear su propia escuela de pensamiento filosófica y económica: "Quiero hacer empresa de un modo contemporáneo. Yo hoy lo puedo saber todo de ti y tú de mí. Este es el gran cambio de la humanidad y para ser creíble tienes que ser auténtico". Uno de los principios que más ocupan sus ideas hoy es la juventud. Según sus datos, la edad media en los trabajadores de la empresa está

en 37 años; la de los *top manager*, en 42, y cerca de un millar de empleados ronda la treintena. "Quiero tener a gente joven cerca para entender qué anhela. Al mismo tiempo, deseo comportarme como un hombre de mi edad, no quiero ser ridículo. No somos inmortales y la empresa tiene que continuar. Yo soy el responsable y el custodio, pero la compañía no es mía, es de la humanidad".

Padre de dos hijas, la continuidad de su proyecto más allá de lo familiar fue un argumento para cotizar en bolsa desde hace cuatro años. "Decidí que la empresa no se heredara. Quiero que siga viva mucho tiempo", explica. En los últimos

37 años, Cucinelli ha tejido un imperio de prendas que entienden la elegancia de una forma relajada. No es un diseñador, pero no solo ha sido su visión ética la que ha dado forma a su empresa. También la estética juega un papel importante: "Creo que el gusto es un instinto natural del ser humano. Los primeros pantalones verdes que mi madre me compró, cuando tenía siete años, los enterré. No puedo llevar verde y en nuestras colecciones escasea, por mucho que los diseñadores insistan en incluirlo. Nosotros éramos agricultores y mi padre y mi tío me llamaban *El señorito* por mi gusto. Yo creo que en un escritor, un poeta o un jugador de fútbol hay una vocación, un instinto. Yo lo tengo para la moda y para las matemáticas". ■

“Yo no soy histérico y nadie en mi empresa puede serlo. Así se crea una atmósfera serena”

HARPER'S BAZAAR

IL RISPETTO PRIMA DI TUTTO

La scommessa sull'umanesimo della BRUNELLO CUCINELLI dimostra come anche ciò che è sostenibile può essere economicamente redditizio

Eugenia de la Torriente

Chiunque visse in una villa rinascimentale a Solomeo, borgo medievale umbro riportato al suo antico splendore, sicuramente non ambirebbe a trascorrere molte notti fuori di casa. È proprio ciò che accade a Brunello Cucinelli, nato a Castel Rigone nel 1953, il quale tuttavia ha deciso di abbandonare le sue proprietà per qualche giorno per visitare la Spagna. Per quanto il messianico ventaglio dialettico di questo imprenditore sicuramente sviluppi tutta la sua potenza nell'ambiente che ospita la sua residenza e la sua impresa, ne percepiamo comunque una dose abbondante anche durante il nostro incontro a Madrid.

La sua filosofia costituisce la base ideologica di un'azienda che va ben oltre il successo imprenditoriale. La storia di come passò da vendere 50 maglioni colorati nel 1979 fino a essere protagonista di una molto ammirata quotazione alla Borsa di Milano nel 2012 è oggetto di studio presso le business-school, ma il racconto acquisisce una maggiore complessità grazie alla filosofia che Cucinelli instilla nel suo progetto. Un modello imprenditoriale che, secondo la descrizione che ne fa The New Yorker, attinge al tempo stesso "all'umanesimo rinascimentale, allo stoicismo di Seneca e al rigore benedettino". Il cosiddetto "capitalismo umanistico" di Cucinelli si basa su condizioni di lavoro dignitose per i lavoratori e un prodotto realizzato in Italia e fabbricato in armonia con l'ecosistema e la cultura del territorio. Una concezione pertinente in un momento in cui l'industria della moda è oggetto di un quanto mai opportuno dibattito sulla sostenibilità umana e ambientale delle sue pratiche. "Bisogna lavorare nel rispetto dell'essere umano, della terra e degli animali", è la riflessione di Cucinelli. "Vorrei vivere senza danneggiare l'essere umano e cerco di farlo con tutte le mie forze. Chi indosserebbe un capo se sapesse che è stato prodotto arrecando sofferenza? Il mio auspicio è che il consumatore premi quelle imprese che trattano bene la gente. La società si preoccupa sempre di più della sostenibilità, anche se questo termine mi ha stancato, è diventato troppo di moda. Io preferisco parlare di dignità".

Il borgo di Solomeo, situato tra le colline dell'Umbria che ha dato i natali a Cucinelli, con il suo castello trasformato in stabilimento produttivo, la villa allestita a mensa e un teatro per garantire sostentamento culturale ai lavoratori, costituisce la dimostrazione tangibile della sua filosofia, al pari delle sue collezioni di capi da uomo e da donna, che diffondono un soffice messaggio attraverso un orizzonte di cachemire, toni sobri e forme avvolgenti. L'anno scorso l'azienda ha registrato un fatturato di 414 milioni di euro e occupa direttamente 1400 lavoratori. È un esempio di come l'etica possa essere redditizia e di quanto i suoi risultati possano andare oltre la semplice spiritualità. "Spero che modelli come il nostro possano fare in modo che le cose cambino", afferma Cucinelli. "Siamo quotati in borsa, maturiamo utili e lavoriamo in Italia perché sviluppiamo un prodotto fortemente artigianale. Ho visto mio padre lavorare come uno schiavo 50 anni fa, ma oggi tutto può essere migliorato grazie a lui [indica il telefono]. Internet è la scoperta più importante del prossimo secolo. Se lavoro in un posto "difficile" e pubblico una foto, tutto il mondo saprà in quali condizioni viene realizzato un prodotto. È una forma di moralizzazione. Perché non dovrebbero poter cambiare le cose nell'industria della moda? Negli ultimi due o tre anni siamo passati da un mondo basato sul consumismo a un mondo basato sull'utilizzo delle cose. Non siamo più consumatori, quanto

piuttosto *utenti*. Come diceva Epicuro, voglio lavorare ciò che la terra mi dà: cachemire di buona qualità, un bicchiere d'acqua o una cioccolata. Ma mi piace sapere che il prodotto è stato ottenuto con rispetto”.

In che cosa si traduce l'attenzione per i lavoratori, oltre a salari superiori a quelli standard? “Al mattino nessuno deve timbrare il cartellino, ma si comincia a lavorare alle 8. C'è una pausa pranzo di un'ora e mezzo e poi dopo le 17.30 non si può più lavorare. Non voglio rubare la tua anima. La sera occupati del tuo spirito, della tua famiglia... Non puoi nemmeno essere connesso. Non lavoriamo in un'atmosfera di stress costante. Io non sono isterico e nessuno nella mia impresa può esserlo, né si possono trattare male gli altri. Nella mia azienda questo significa licenziamento automatico. In questo modo si crea un'atmosfera di vita serena”. Figlio di un contadino, Cucinelli –che ha abbandonato la facoltà di ingegneria a 24 anni – indica il Bar di Gigino come una delle sue principali accademie di formazione. Questo non gli ha impedito di studiare da autodidatta e di creare la propria scuola di pensiero filosofico ed economico: “voglio fare impresa in un modo contemporaneo. Oggi io posso sapere tutto di te e tu tutto di me. Questo è il grande cambiamento dell'umanità e se vuoi essere credibile devi essere autentico”. Uno dei principi oggi al centro delle sue idee è la gioventù. Secondo i suoi dati, l'età media dei lavoratori dell'impresa è di 37 anni, quella dei top manager è di 42 e circa un migliaio dei lavoratori dell'azienda ha un'età intorno ai trent'anni. “Voglio essere circondato da giovani per capire quali sono le loro aspirazioni. Al tempo stesso intendo comportarmi come un uomo della mia età, non voglio essere ridicolo. Non siamo immortali ma l'azienda deve continuare a vivere. Io ne sono il responsabile e il custode, ma l'impresa non è mia, appartiene all'umanità”.

Padre di due figlie, la continuità del suo progetto al di là della famiglia è stata la teoria che lo ha spinto quattro anni fa alla quotazione in borsa. “Ho deciso che l'impresa non sarebbe stata ereditata. Voglio che sopravviva per molto tempo”, spiega. Negli ultimi 37 anni Cucinelli ha intessuto un impero di capi che interpretano l'eleganza in modo sobrio. Non è uno stilista ma non è stata soltanto la sua visione etica a dare forma alla sua impresa. Anche l'estetica svolge un ruolo importante: “credo che il gusto sia un istinto naturale dell'essere umano. Quando avevo sette anni ho sotterrato i primi pantaloni verdi che mia madre mi aveva comprato. Non mi piace il verde e nelle nostre collezioni è presente solo marginalmente, anche se gli stilisti insistono sulla necessità di includerlo. Eravamo contadini e mio padre e mio zio mi chiamavano // *signorino* per il mio senso del gusto. Credo che in uno scrittore, in un poeta o in un calciatore ci sia una vocazione, un istinto. Questo istinto io lo nutro per la moda e per la matematica”.

Didascalie foto:

A destra: l'imprenditore Brunello Cucinelli nel teatro da lui costruito a Solomeo. In basso il borgo restaurato che funge da sede della sua impresa.

L'ufficio di Cucinelli a Solomeo. A destra, un capo per il prossimo autunno