

## Il lusso italiano di Brunello Cucinelli a Las Vegas

Le campane della chiesa annunciano il mezzogiorno a Solomeo proprio mentre un'elegante Maserati nera dal caratteristico motore roboante si arresta nei pressi di Piazza della Pace. Dall'interno della splendida vettura, un uomo sulla cinquantina elegantemente vestito mi fa un cenno e sebbene mi accorga presto che il suo inglese è almeno tanto incerto quanto il mio italiano il suo obiettivo mi appare subito chiaro: mi chiede indicazioni per i “negozi di Cucinelli”. Ah, certo, i negozi. È venuto fin qui con un solo obiettivo in mente: fare una sosta nelle boutique Brunello Cucinelli che attraggono un flusso continuo di viaggiatori che decidono di trascorrere un giorno in questo borgo umbro medievale. Un'occhiata al suo orologio è subito seguita da una smorfia: le campane della vicina Chiesa di San Bartolomeo annunciano che a quest'ora i negozi sono chiusi per la pausa pranzo. Scrolla le spalle e con un sorriso riprende la discesa del crinale, ben felice di ammazzare il tempo attraversando la campagna umbra fino all'ora della riapertura delle boutique prevista per le 15.

Brunello Cucinelli non si sorprende quando gli racconto l'aneddoto. È ormai abituato a questo afflusso costante – che nei fine settimana si trasforma in una vera propria invasione – di consumatori amanti della moda in pellegrinaggio verso Solomeo alla ricerca dei capi in cashmere eccezionalmente morbidi e degli altri articoli di maglieria di lusso che costituiscono il nucleo della produzione dell'azienda omonima. Sono trascorsi 28 anni da quando ha fondato la sua azienda in quello che una volta era un borgo addormentato e fin da allora, ci racconta, i fan del marchio arrivano a Solomeo non semplicemente per acquistare i capi prodotti a mano e altri articoli di produzione italiana, ma per acquistarli proprio lì, a Solomeo. “La gente sa da sempre che questo è un posto speciale”, dice Cucinelli. “Come già era capitato a me, anche loro si innamorano dell'ambiente, dell'atmosfera di questo piccolo borgo. In realtà, il posto dove lavori fa veramente la differenza. Qui non è così dura come si potrebbe pensare”.

A Solomeo non troviamo il tipico splendore italiano talvolta esagerato di luoghi come Bellagio o le Venezie, ma la località è indubbiamente magica, un esempio da cartolina tipico di un borgo collinare italiano le cui radici risalgono al 14° secolo, anche se in seguito all'arrivo di Cucinelli il borgo ha attraversato un vero e proprio Rinascimento. Nel 1985 Cucinelli vide il suo futuro in quegli edifici secolari in pietra, in particolare visualizzando il concetto che lo avrebbe condotto a creare un equilibrio ideale tra vita lavorativa e vita personale per la sua famiglia e per i residenti, che fossero suoi dipendenti o meno. Cominciò acquistando l'edificio posizionato proprio in cima al colle, la fortezza medievale in pietra nota come il Castello, mantenendo le pareti affrescate e i camini enormi, al contempo rimodernando l'edificio e suddividendo gli spazi tra laboratori e uffici, dove avrebbe posto la sede della sua azienda. “Mi piaceva l'idea che le persone che lavoravano il cashmere potessero farlo mentre osservavano uno splendido affresco”, dice Cucinelli. “Mi ricordo di aver pensato che avrebbe potuto essere una parte importante del processo creativo”.

Poco a poco, acquisì gli edifici adiacenti, sempre avendo cura di conservare mentre trasformava, creando uffici e laboratori a seconda delle necessità, oltre a un paio di boutique: una vetrina per la collezione donna e una per la collezione uomo. Nei pressi della boutique uomo ha predisposto una mensa dove vengono preparati i pranzi: il menu odierno prevede traboccanti piatti di pasta e verdure grigliate, vino e formaggio. Tre donne si incaricano di acquistare prodotti locali e di servire i piatti su lunghi tavoli in legno apparecchiati ogni giorno per i lavoratori di Solomeo, i cui 90 minuti di pausa pranzo sono sufficienti per il riposino quotidiano a casa con la famiglia, in tipico stile italiano. Lettore vorace e studente di filosofia, Cucinelli persegue una concezione umanistica che abbraccia tutte le discipline classiche, dal teatro, alla letteratura, alla musica, le quali tutte sostiene attraverso un complesso che ha battezzato Foro delle arti. Il Foro si compone di un anfiteatro, dove ogni anno nel mese di luglio si celebra un festival della musica, una nuova accademia teatrale e una biblioteca che ha fatto costruire nel 2008 ai confini del borgo.

Da dove ottiene i fondi per queste attività? Dal suo business. Una volta centralizzate la produzione e le attività dell'azienda a Solomeo e dintorni, Cucinelli ha deciso di stanziare il 20% dell'utile

dell'azienda per il restauro del borgo, attività che prosegue a tutt'oggi. Secondo il suo modo di vedere, una cosa alimenta l'altra: fai crescere la città e il marchio crescerà con lei; fai crescere il marchio e la città prospererà. Oggi Brunello Cucinelli è un marchio a rapida crescita in tutto il mondo. La quotazione in borsa è avvenuta lo scorso mese di aprile e oggi Cucinelli vanta 80 boutique in tutto il mondo, oltre a una presenza in oltre 1000 negozi multimarca negli Stati Uniti, tra cui Saks Fifth Avenue e Neiman Marcus. Molto tempo dopo i suoi primi successi grazie alla sua visione di Solomeo ha aperto la sua prima boutique a Las Vegas, in Crystals at CityCenter nel 2009, presto divenuto la punta di diamante della sua presenza in America, successo tanto più degno di nota tenuto conto della concomitante crisi economica. Un successo che tuttavia non lo stupisce affatto. "A Las Vegas la nostra clientela è fortemente multietnica, in una città dove giungono visitatori da tutto il mondo", dice. "Ciò che hanno in comune è il desiderio di lusso e artigianalità. Oltre a essere molto internazionale, è anche una città turistica con un tocco chic-sportivo, che ben si addice alla nostra concezione".

In effetti Cucinelli ha creato un marchio e uno stile di vita per uomini e donne che sembra porre l'accento su un lusso semplice, come nei suoi disinvolti abiti in maglia in una semplice palette di colori dal terracotta, al grigio a un turchese tenue e, per l'uomo, giacche in morbida pelle scamosciata e abiti kaki di perfetta fattura. Il cachemire ovviamente è sempre al centro dell'attenzione, ottenuto da morbida lana di giovani pecore della Mongolia spedita a Perugia e lavorata da oltre 2000 artigiani – 600 a Solomeo e gli altri nelle zone circostanti – che filano, colorano e tessono i sottilissimi filati ricavandone maglioni e altri articoli che verranno poi rifiniti nei laboratori. Si tratta di un'artigianalità ben nota in questa parte d'Italia, che è la ragione stessa per cui Cucinelli ha voluto insediarsi la sua azienda. "Abbiamo un'eredità secolare in questo campo e quando una tradizione è così radicata in un luogo, tutto diventa almeno un po' più facile", dice. "Se si compra champagne da coloro che lo producono da cinquecento anni è probabile che sia di buona qualità, no? Si ha fiducia e si crede che quelle persone sappiano quello che stanno facendo. Ho voluto creare un ambiente simile per i miei artigiani, per le persone che ogni giorno mettono il proprio talento a disposizione del cachemire. Se poi riesco ad aggiungere più dignità economica e morale al loro lavoro, il risultato sarà un prodotto magnifico di cui loro saranno orgogliosi, e tutto risulterà più agevole".

Figlio di un contadino, il sessantenne Cucinelli è cresciuto a circa 10 km da Solomeo, a Castel Rigone. La sua famiglia non era ricca e lui stesso ammette di ricordarsi bene quanto sia stato difficile concepire l'idea di creare un'azienda del tutto moderna, senza tuttavia perdere le radici familiari. Vale forse la pena notare una caratteristica molto italiana: fu l'amore a portare Cucinelli a Solomeo. La moglie, Federica, era cresciuta a Solomeo, e quindi Cucinelli conobbe il borgo quando i due cominciarono a frequentarsi. Quando si trattò di scegliere il luogo dove insediare l'impresa fondata nel 1978, Cucinelli pensò a questo incantevole borgo collinare, rustico e assai poco abitato. "Era un posto davvero desolato", ricorda. "Così dissi a me stesso che forse avrei potuto tentare di insediare la mia piccolissima impresa in questo borgo, riportandovi la vita e il senso di umanità". (Brunello e Federica vivono a pochi passi dal Castello di Solomeo e hanno due figlie, Carolina e Camilla; tutti e quattro lavorano nell'impresa familiare).

Quasi trent'anni dopo, Cucinelli è riuscito non soltanto a riportare la vita in questo vecchio borgo, ma anche a diffondere nell'ambiente circostante la sensazione di prosperità economica. Alle pendici del colle troviamo un ulteriore edificio in costruzione, un secondo spazio ancora più ampio per ulteriori laboratori e uffici. Cucinelli si affretta ad ammettere che tutto questo è stato reso possibile dal suo successo negli Usa, in particolare in mercati come Las Vegas. "Penso da sempre che l'America sia stato il fattore determinante per questo marchio", afferma. "È anche un grande riferimento per noi a livello globale. Questa mattina parlavo con il nostro partner cinese e gli ho chiesto quale indicatore utilizzasse per misurare il successo di un marchio. La sua risposta è stata: "Il mio riferimento sono le boutique in America".

Cucinelli ama citare filosofi, poeti e figure storiche oggetto dei suoi studi. Una parete del suo ufficio è completamente ricoperta dai ritratti dei personaggi da cui trae ispirazione, da Socrate ad

Aristotele, ad Abramo Lincoln, fino addirittura a Barack Obama. Ovunque spuntano citazioni da questi e altri personaggi; a Cucinelli non interessa solamente la misura in cui il suo successo influenzi il borgo che ama, ma anche come questo gli permetta di creare un modello di business che promuova parimenti il rispetto per l'artigianalità e per lo stile di vita dei suoi dipendenti. La citazione odierna di Cucinelli è quella di un personaggio dell'antica Roma nato nel 76 d.C.: "Come diceva l'imperatore Adriano, mi sento responsabile della bellezza del mondo".

Didascalia foto: Un'immagine della boutique Brunello Cucinelli a The Shops at Crystals.

# VEGAS

PERSONALITIES | EVENTS | STYLE | FOOD & DRINK | LIVING | WATCHES | MAGAZINE | VIDEO

STYLE / BRUNELLO CUCINELLI'S ITALIAN LUXURY IN VEGAS

TWEET 5 SHARE 0 1 SHARE 10

FOLLOW US



## Brunello Cucinelli's Italian Luxury in Vegas

BY LAURIE BROOKINS



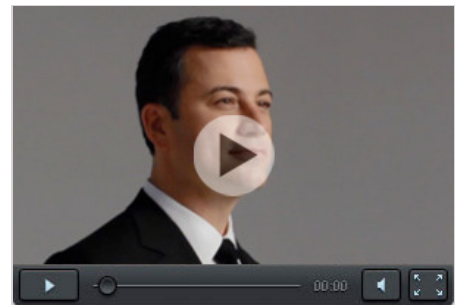
A look at the Brunello Cucinelli boutique at The Shops at Crystals.



- ▶ Read the Digital Issue
- ▶ Get the Newsletter
- ▶ Browse Past Issues

Search people, places, events

### FEATURED VIDEO



Behind the Scenes: Jimmy Kimmel  
Cover shoot: October 2013 issue of Vegas magazine.

Church bells announce the noon hour in Solomeo at the same moment that a sleek black Maserati purrs to a halt near the Piazza della Pace. From inside the stunning automobile, a well dressed man in his 50s flags me down, and although we quickly discern that his English is almost as broken as my Italian, his purpose becomes clear: He is seeking directions to the “*negozi di Cucinelli*.” Ah, of course, the stores. He has trekked here with one goal in mind: to shop in the pair of Brunello Cucinelli boutiques that routinely draw day-trippers to this medieval Umbrian hill town. A glance at his watch, however, is followed by a grimace: Those bells at the nearby Church of San Bartolomeo tell him the stores are now closed for lunch. With a shrug and a smile, he cruises back down the hill, content to kill time traversing the Italian countryside until the boutiques reopen at 3.

Brunello Cucinelli is not surprised when I relate this anecdote to him. He’s accustomed to seeing a regular trickle—and on weekends quite the parade—of fashion-conscious consumers making the pilgrimage to Solomeo in search of the sublimely soft cashmeres and other luxe knitwear that form the nucleus of his eponymous label. It’s been 28 years since he settled his business in this once-sleepy hamlet, and from the start, he says, fans of the brand have journeyed not just to buy his hand-loomed wares and other Italian-crafted clothes, but to buy them in Solomeo. “People have always understood that this is a special place,” Cucinelli says. “Like I first did, they fell in love with the ambience, the atmosphere, of this little village. The location where you work does make a difference at the end of the day. Here it’s not so hard as it’s supposed to be.”

You won’t encounter the over-the-top, replicated Italian splendor of, say, the Bellagio or Venetian, but Solomeo is unquestionably a magical place, a postcard-worthy example of an Italian hill town that can trace its roots back to the 14th century, although since Cucinelli’s arrival it has enjoyed something of a renaissance. In 1985 he looked at the centuries-old stone buildings and saw his future, and even more so the concept of creating the ideal work-life balance for his family and the local residents, whether or not they fell under his employ. He started by purchasing the building at the very top of the hill, the medieval stone fortress known as Castle Solomeo, preserving its frescoed walls and oversize fireplaces while modernizing the building and dividing the spaces into workrooms and offices to house his headquarters. “I liked that the people who worked on the cashmere might do so while looking at a beautiful fresco,” Cucinelli says. “I remember thinking this could be a beautiful part of the creative process.”

Little by little he took on the adjacent buildings, always preserving while converting, creating offices and workrooms as needed, as well as that pair of boutiques, one showcasing his women’s collection, the other his men’s. Adjacent to the men’s store is a dining hall where lunch is prepared—on this day, heaping bowls of pasta and grilled vegetables, wine, and cheese—by three women tasked with buying local produce and serving the feast on long wooden tables set up each day for the Solomeo employees, whose 90-minute break also accommodates the Italian custom of an afternoon rest at home with family. A voracious reader and student of philosophy, Cucinelli is

Presenting  
Our Watch Channel

We cover the latest news, trends, and personalities in the world of luxury watches.

Visit Now ▶

devoted to a humanist viewpoint, which extends to embrace the humanities—theater, literature, music—all of which he supports through a complex he has christened Forum of the Arts. It includes an amphitheater, where a music festival is held each July, and a new theater academy and library he built in 2008 at the edge of town.

Where does he acquire the funds for such undertakings? From his business. Once his manufacturing and operations were all centrally located in and around Solomeo, Cucinelli committed 20 percent of his company's profits to the town's restoration, a practice that continues to this day. As he reasoned, one feeds the other: Build the town, and the brand grows with it; grow the brand, and the town prospers. Today Brunello Cucinelli is indeed a rapidly growing global brand. He took his company public in April and can boast 80 boutiques around the world, as well as a presence in more than 1,000 multi-brand retailers in the US, including Saks Fifth Avenue and Neiman Marcus. Long after he had begun to achieve success with his vision for Solomeo, he opened his first Las Vegas location, at Crystals at CityCenter in 2009, which quickly vaulted into the top ranks of his US stores—all the more notable given that period's economic struggles. Such a feat also seems to leave Cucinelli unfazed. "In Las Vegas the multi-ethnicity of our customers is very high, because they're coming there from all over the world," he says. "What they have in common is a desire for luxury and handcraft. And in addition to feeling very international, it's also a resort city with a sporty-chic kind of taste, and that fits very well into what we do."

Cucinelli has indeed created a lifestyle brand for men and women that seems to put the accent on easy luxury, as in effortless knit dresses in an earthy palette of terra-cotta, gray, and muted turquoise and, for men, tactile suede jackets and perfectly tailored khakis. And always the cashmere takes center stage, born of the soft hairs combed from baby goats in Mongolia before making its way to Perugia, where Cucinelli employs more than 2,000 artisans—600 in Solomeo, the remainder in the surrounding region—to spin and dye and weave these gossamer fibers into sweaters and other knits that will be finished in these workrooms. This is a craft well known in this part of Italy, precisely the reason Cucinelli wanted to base his business here. "We have a centuries-old heritage in this field, and when a tradition is that specific to a place, everything becomes just a little bit easier," he says. "If you buy the Champagne from the people who have been producing it for 500 years, it's a good Champagne, yes? You trust that they know what they're doing. I wanted to create a similar environment for my artisans, for the people who give their talents every day to the cashmere. If I can add a little moral and economic dignity to their work, then we have a beautiful product they're proud of and everything is a little easier."

The son of a farmer, the 60-year-old Cucinelli grew up about 10 kilometers from Solomeo in Castel Rigone. His family wasn't wealthy, and he admits that he thinks about those early struggles when considering how to create a company that's wholly modern while never losing its family-driven heart. It's perhaps very Italian to note that it was love that brought Cucinelli to Solomeo. His wife, Federica, grew up there, so he came to know it while they were dating. When he was seeking a place to base the business he had founded in 1978, Cucinelli thought of the hill town, which was beautiful, rustic, and also quite deserted. "It had become this very desolate place," he remembers. "So I said to myself, Maybe I can try and set up my very tiny business in this village and bring both life and humanity back into it." (Brunello and Federica live just steps from Castle Solomeo and have two grown daughters, Carolina and Camilla; all four work in the family business.)

Almost three decades later, Cucinelli has succeeded not only in breathing life anew into an ancient town, but also in imbuing the surrounding region with a sense of economic prosperity. At the base of that hill, another building is under construction—a second, larger space for more workrooms and offices—and Cucinelli is quick to point out that it's his success in the US, and especially markets like Las Vegas, that made it possible. "I've always thought America has been the determining factor for this brand," he says. "It's also a great benchmark for us globally. I was speaking with our Chinese partner this morning, and I asked him what he does to measure success in the brand, and he said, 'I always take a look at the stores in America.'"

Cucinelli is fond of quoting the philosophers, poets, and other historical figures he has studied. One wall of his office is dotted with portraits of those who inspire him, from Socrates and Aristotle to Abraham Lincoln, even Barack Obama. Quotes from these and others are never far from reach as he considers not merely how his success impacts a town he loves, but also how it allows him to create a business model that feeds equally a respect for craft and for his employees' way of life. On this day, it's a Roman born in 76 AD who springs to Cucinelli's mind: "Like Hadrian the emperor used to say, 'I feel responsible for the beauty of the world.'"

### Recommended Stories



M by Missoni Opens at The Forum Shops



Sponsored

OpenStack's Contributions to the NSA's IT Operations: Agility, Flexibility and Scalability (Build Your Best Cloud)



Valentino Design Duo Takes Vegas



Graff Releases Only-in-Vegas Stunner

Recommended by



NEWSLETTER SIGN UP | CONTACT US | MEDIA KIT & ADVERTISING INFO | SUBSCRIPTIONS | PRIVACY POLICY | TERMS & CONDITIONS | NICHE MEDIA LLC