

— IMPRESE DA MANUALE

## Il cashmere umbro conquista i tedeschi

PERUGIA — Chi l'ha detto che dai libri non s'impara? Brunello Cucinelli — trentasettenne titolare di un'azienda che vende pullover di cashmere in tutto il mondo, con un giro d'affari di 46 miliardi — ha avviato la sua avventura imprenditoriale leggendo un libro. «Era un saggio di Theodore Lewitt, professore a Harvard — racconta — nel quale si suggeriva alle aziende di essere molto specializzate, di investire più nel prodotto che nella pubblicità e di conseguenza scommettere sul proprio marchio, senza lasciarsi attirare dal miraggio delle licenze». Corre l'anno 1978. E il giovane Cucinelli, figlio di operai, decide di fare l'imprenditore. Un imprenditore piccolo piccolo, che all'età di ventiquattr'anni comincia da due milioni, chiesti in prestito alla Cassa di risparmio di Perugia. Intorno al capoluogo umbro fioriscono le imprese terziste di maglieria. E lui — memore dei suggerimenti dell'accademico americano — decide di puntare sulla specializzazione: solo maglioni, solo di cashmere e solo per donna.

I libri gli tornano utili quando si prospetta l'ostacolo della commercializzazione. «Su un volume di statistiche — aggiunge — lessi che gli abitanti del Trentino Alto Adige erano i migliori pagatori». E così, quasi certo di non dover fronteggiare clienti insolventi, nelle province di Trento e Bolzano finì il 100% delle vendite nel primo esercizio dell'azienda la società che commercializza il marchio Brunello Cucinelli. Già l'anno seguente, quando il Trentino si faceva un po' stretto, l'imprenditore allarga i suoi orizzonti alla Germania. E anche lì fu come leggere un libro aperto: «Restai ammurato — racconta — dal loro modo di lavorare. E capii che la mia azienda avrebbe dovuto funzionare con l'affidabilità di un'impresa tedesca».

Soltanto qualche anno più tardi, il giovane imprenditore — reduce

da una prima fase in perfetta solidità — è riuscito a mettere in pratica le sue personali deduzioni.

«La nostra idea di base — spiega — è quella di stupire sempre il cliente: stupirlo per la rapidità delle consegne, per l'efficienza negli ordini e così via». E, quando parla di "efficienza", Cucinelli affianca senza scrupoli nazionalistici un aggettivo: "tedesca".

Ma c'è di più. «L'età media dei nostri manager — racconta con orgoglio — è di 28 anni. E, in generale, desidero che tutti i dipendenti

lavorino con soddisfazione. Tanto per fare un esempio: nessuno deve timbrare il cartellino e tutti hanno la chiave degli uffici». Uffici che, va sottolineato, sono stati ricavati da un borgo medievale a Solomeo, alle porte di Perugia, che la famiglia Cucinelli ha acquisito e restaurato da cima a fondo.

Nell'ultimo esercizio il gruppo ha fatturato 46 miliardi di lire, in gran parte provenienti dall'esportazione, con una crescita del 51,9% sull'anno precedente. L'utile lordo — passato da 1,5 a 2,9 miliardi — è cresciuto ancora di più. Ma l'imprenditore perugino confessa di aver raggiunto la massima espansione. «I consumi ristagnano — confessa — e non mi aspetto più una crescita esponenziale del giro d'affari». Però ci prova. L'azienda ha appena allargato il proprio campo d'azione, debuttando nella moda maschile. «I risultati sono già buoni — dice Cucinelli — e adesso stiamo cercando nuove idee, nuove strade». Magari con l'aiuto di un buon libro.

M.Mag.