

Strategie / La ricetta di Brunello Cucinelli (maglieria in cachemire)

«La strada è la bottega di qualità»

FIRENZE ■ Creatività, qualità, artigianalità. È una ricetta apparentemente semplice quella di Brunello Cucinelli per rilanciare la moda italiana. L'imprenditore umbro, 49 anni, alla guida di un gruppo (maglieria di cachemire) che nel 2003 ha realizzato ricavi per 65 milioni (+4%) e 3 milioni di utile prima delle imposte (+10,7%), pensa in realtà che sia finita un'epoca e che il settore debba focalizzarsi sull'importanza della produzione, aiutando i giovani a scoprire il valore della manualità nel lavoro.

«Negli ultimi tre anni, il mondo ricco ha perso il 30% dei consumi che, a mio modo di vedere, non torneranno più», dice Cucinelli, ieri a Firenze per il convegno su moda e formazione. «Siamo all'anno zero — prosegue — e i dati veri, per quanto riguarda l'Occidente, saranno quelli del 2004. Le imprese si

devono riposizionare, sapendo che ormai la crescita del mercato appartiene soltanto ai Paesi emergenti: alla Russia, all'India, alla Cina. In questo senso — aggiunge — la crisi del settore è strutturale e le aziende, per sopravvivere e crescere, sono chiamate a operare nella fascia alta

dove abbiamo deciso di realizzare un'accademia per i giovani artigiani, la vera forza del territorio — spiega l'imprenditore —. Fabbri-ca e bottega sono il binomio vincente, altro che marketing, che pure è importante. Il progressivo spostamento verso il settore commerciale di molte attività ha generato un aumento dei prezzi, calcolabile nell'ordine del 30%, per effetto del ricarico — continua — e sta allontanando le imprese dalla base produttiva: è questo il pericolo peggiore, mica la Cina».

È la concorrenza dell'Asia? «Il problema non esiste — dice Cucinelli — loro stanno crescendo a ritmi vertiginosi, com'è giusto per chi è in via di sviluppo, e sono imbattibili nelle produzioni di fa-

sia medio-bassa. Prendiamone atto. Noi siamo chiamati a soddisfare i consumi di fascia alta, facendo conti con margini più ridotti e maggiori esigenze di qualità. Ecco perché vedo vincente un approccio da imprenditore piuttosto che da manager — continua —. I manager ragionano sul breve periodo e guardano soprattutto ai risultati, mentre gli imprenditori possono accontentarsi anche di minori guadagni, in nome del benessere del territorio e di una strategia di prospettiva per l'azienda».

Per Cucinelli, non tutto il male viene per nuocere e le difficoltà attuali dell'economia, non soltanto in Italia, già contengono gli elementi del potenziale rilancio.

A patto di riuscire a imboccare la strada giusta. Il futuro, insomma, può essere migliore del presente. Anche nella moda.

CESARE PERUZZI

Nel 2003 i ricavi del gruppo saliti a 65 milioni (+4%)