

# La démarche atypique de Brunello Cucinelli

**FOCUS** Le fondateur de la marque de cachemire, cotée à la Bourse de Milan depuis 2012, vient d'ouvrir une école spécialisée dans la maille afin de susciter des vocations.

C'est une salle de cours avec une vue imprenable. En haut du village de Solomeo, qui domine les paysages d'Ombrie tout en courbes et en douceur, juste à côté d'une tour du XIV<sup>e</sup> siècle que Brunello Cucinelli a investi et rebaptisé « château », à deux pas de la bibliothèque et du théâtre bâtis par ses soins depuis qu'il a fait florès avec sa griffe de cachemire éponyme, quatorze jeunes femmes suivent, depuis le 1<sup>er</sup> octobre, le premier cycle de la nouvelle Scuola di Solomeo.

À l'annonce de la création de cette formation spécialisée dans la maille, elles ont été deux cents de la région à postuler. Les cours s'étalent sur dix-huit mois. Au final, elles recevront un diplôme officiel les laissant libres de candidater ailleurs que dans l'entreprise locale. Mais qui ne rêve pas, ici, de prendre part à la *success story* de l'enfant du pays qui a réussi dans la maille à la vitesse de l'éclair sans jamais se couper de ses racines, ni perdre de sa bonhomie.

Au pied du bourg historique, le quartier général de la marque de prêt-à-porter à base de cachemire rassemble 650 personnes. Là aussi, il y a une forme d'art de vivre, une philosophie toute Cucinelli. Nulle pointeuse à l'horizon, juste des espaces conviviaux et

des machines à café à l'entrée de tous ces bureaux et ateliers de prototypes largement ouverts sur les champs. D'ici à mars 2014, des travaux de doublement de la surface seront finalisés afin de donner encore plus d'aise à chacun et d'inaugurer, entre autres, une garderie pour les enfants des employés et des habitants des environs. Il est comme ça, le patron Brunello. Depuis la création de sa marque en 1978, il rêve « d'un monde professionnel meilleur » et dirige son entreprise en veillant à ce que la quête du profit ne guide pas tout.

## De la noblesse en tout

Cet idéal, il le tire du mauvais souvenir d'une expérience professionnelle de son père agriculteur qui, dans les années 1960, assouvait le rêve d'un peu tous les jeunes gens de la campagne de quitter la terre pour aller travailler à l'usine, en ville. Et de rapidement s'y sentir exploité et peu gratifié. À la même époque, son fiston est étudiant. Officiellement, car ce dernier passe le plus clair de son temps au café. « *L'école de la vie* », dit celui qui, aujourd'hui encore, n'aime rien tant que « philosopher » sur tout et rien plutôt que de vanter ses produits.

À 25 ans, il se prend tout de même en main et a la bonne idée d'appliquer le concept de maille haute en couleur de



Le style Cucinelli : un sportswear à base de cachemire. DR

Benetton au cachemire. N'y connaissant rien, il contacte des artisans qui ne croient pas une seconde à son projet, mais ne résistent pas à son bagout et lui viennent en aide.

En 1978, sa première « collection » compte un seul pull-over ajusté dans

six coloris vifs jamais osés pour cette matière aussi noble. La première boutique qu'il démarche passe commande de cinquante-trois pièces. Trois ans plus tard, les quantités avoisinent déjà les 11 000 par saison. Aujourd'hui, la marque compte 92 magasins à son



Brunello Cucinelli a fondé sa maison en 1978. DR

nom, dans le monde, en plus du réseau des détaillants multimarques. Les couleurs se veulent moins soutenues qu'au début en raison des tendances. En revanche, l'esprit sportswear chic du départ n'a pas été dilué lors de la diversification des collections dans les différentes familles de produits et d'accessoires. Au contraire même.

À la rentrée de septembre, la firme a annoncé s'être engagée à racheter, début 2014, les ateliers de D'Avenza - un fabricant de costumes bien connu en Italie pour son expertise dans l'art tailleur. Bref, un nouveau projet pour Brunello Cucinelli que rien n'arrête. Que tout enthousiasme. ■

F. M.-B. (A. SOLOMEO)

# Il percorso atipico di Brunello Cucinelli

**FOCUS Il fondatore del marchio del cachemire quotato alla Borsa di Milano dal 2012 ha appena aperto una scuola specializzata in maglieria per attirare vocazioni**

In questa aula con vista spettacolare sulla sommità del borgo di Solomeo che domina il paesaggio umbro, tutto morbide colline e declivi, proprio accanto ad un torrione del XIV° secolo che Brunello Cucinelli ha investito e ribattezzato “castello”, a due passi dalla biblioteca e dal teatro costruiti a sua cura da quando ha fatto furore con il cachemire firmato che porta il suo nome, a partire dal 1° ottobre quattordici ragazze seguono il primo corso della nuova Scuola di Solomeo.

Al momento dell’annuncio dell’avvio di questa formazione specializzata in maglieria hanno fatto richiesta in 200 da tutta la regione. I corsi hanno una durata di 18 mesi al termine dei quali le ragazze riceveranno un diploma ufficiale che le lascerà libere di fare richiesta di assunzione anche presso altre aziende, oltre a quella di Cucinelli. Ma da queste parti chi non sogna di prendere parte alla *success story* del giovane del posto che ha sfondato in un lampo nel mondo della maglieria senza mai dimenticare le sue origini e la sua genuinità?

Ai piedi del borgo storico il quartier generale del marchio di *prêt-à-porter* di cachemire ospita 650 persone. Anche qui aleggia una forma d’arte del vivere, una filosofia tutta Cucinelli. Non c’è ombra di apparecchio per timbrare il cartellino, solo spazi informali e macchinette del caffè all’ingresso di uffici e laboratori di prototipi che presentano ampie aperture con vista sui campi. Entro marzo 2014 saranno completati i lavori di raddoppio della superficie per aumentare gli spazi a disposizione di ognuno e anche per inaugurare, tra l’altro, un asilo per i figli dei dipendenti e degli abitanti del circondario. È così l’imprenditore Brunello. Dalla creazione del suo marchio nel 1978 sogna “*un mondo professionale migliore*” e dirige la sua impresa facendo attenzione che il perseguimento del profitto non orienti tutto.

## **Nobiltà in tutto**

Questo ideale lo trae dal brutto ricordo di un’esperienza professionale di suo padre agricoltore che negli anni ’60 appagò il sogno di quasi tutti i giovani di campagna di lasciare la terra per trasferirsi in città a lavorare in fabbrica per sentirsi ben presto sfruttato e poco gratificato. A quell’epoca suo figlio è studente. Almeno ufficialmente, visto che trascorre la maggior parte del tempo al bar, “*la scuola di vita*”, secondo la definizione di colui che ancora oggi non ama nulla di più al mondo che “filosofeggiare” e vantare i suoi prodotti.

A 25 anni tuttavia il giovane dà una svolta alla sua vita e ha la brillante idea di applicare al cachemire il concetto di maglieria dai colori vivaci di Benetton. Non essendo esperto del settore prende contatto con alcuni artigiani che non credono neanche per un istante al suo progetto ma non riuscendo a resistere alla sua parlantina lo assecondano.

Nel 1978 la sua prima “collezione” annovera un solo pullover declinato in sei colori vivaci mai osati prima per questa materia così nobile. Il primo negozio che visita personalmente per promuovere la vendita gli fa un ordine di cinquantatré pezzi. Tre anni più tardi le quantità sfiorano già gli 11.000 pezzi a stagione. Oggi il marchio annovera 92 negozi monomarca nel mondo oltre alla rete di rivenditori plurimarca. I colori sono diventati meno forti che all’inizio per assecondare i *trend*. Lo spirito *sportswear chic* iniziale invece non è stato diluito al momento della diversificazione delle collezioni nelle diverse famiglie di prodotti e accessori. Tutt’altro.

Alla riapertura di settembre dopo le vacanze estive l’azienda ha annunciato di essersi impegnata all’acquisto, all’inizio del 2014, degli *atelier* D’Avenza, un produttore di abiti da uomo molto noto

in Italia per la sua maestria nell'arte sartoriale. Insomma un nuovo progetto per Brunello Cucinelli che non si ferma dinnanzi a nulla e che si lascia pervadere dall'entusiasmo.

*Didascalie delle foto:*

Lo stile Cucinelli: lo *sportswear* a base di cachemire

Brunello Cucinelli ha fondato la sua casa di moda nel 1978