

# Archivio

## CORRIERE DELLA SERA *it*

FIL DI FERRÉ A CURA DI GIUSI FERRÉ

### Ma alla moda serve un po' di ottimismo Cucinelli: «Più creatività. E basta parlare di crisi»

Ha appena inaugurato tre boutique, a Los Angeles, Amburgo, Atene, e conferma per il 2009 l'apertura di altre otto. Brunello Cucinelli, l'imprenditore del cashmere che a Solomeo, vicino a Perugia, ha dato vita a un imponente progetto di riqualificazione del Borgo per fare, del tempo del lavoro, anche un modo diverso e migliore di vivere, ha deciso di proseguire nei suoi programmi. «Non voglio sentir parlare tutti i giorni di crisi, ho detto nell'incontro che facciamo ogni anno riunendo tutti i collaboratori. Siamo quasi 500 e commentiamo i dati generali, le notizie che arrivano dai 900 multibrand dove sono distribuiti i nostri capi. E siamo arrivati alla conclusione che, per reagire, dobbiamo essere ancora più creativi, precisi e vicini ai negozi». A tutti ha poi inviato una lettera nella quale diceva semplicemente: «Siamo sempre al tuo fianco», ricevendo decine di risposte entusiaste. Ha poi deciso di impostare un budget a tre anni, con la possibilità di rivedere gli obiettivi anche al ribasso. «Se un marchio non può resistere a due, tre stagioni pesanti, significa che non ha costruito niente». È in questo momento che, secondo Giovanna Brambilla, amministratore delegato di Value Search, società di executive research, si può comprendere quanto vale un brand e come è percepito. «Nella moda il marchio deve essere distintivo e aspirazionale, per suscitare quel desiderio di esclusività che spinge all'acquisto. Mentre negli ultimi anni la spinta a una crescita abnorme e veloce dei fatturati ha appiattito l'immagine di griffe famosissime, che non hanno resistito a questa pressione». In questo cambio epocale di atteggiamenti, quello che paga è l'identità e la coerenza. «Si battono bene i marchi che rappresentano un valore di prodotto - spiega Giovanna Brambilla - Chi vuole fare tutto e piacere a tutti è troppo generico per essere apprezzato». Così confermano la propria buona salute gruppi come Slowear, che coinvolge aziende specializzate - Incotex (pantaloni), Montedoro (capispalla), Zanone (tricot) e Glenshirt (camicie) - offrendo un prodotto altamente qualificato. O come lo storico Calzaturificio Fratelli Rossetti di Parabiago che conferma gli obiettivi per il prossimo anno. «Spingeremo al massimo l'efficienza e il rigore, sottolineando la nostra tradizione di qualità - spiega Diego Rossetti, consigliere delegato - Abbiamo perso la fascia più bassa degli acquirenti, ma si è mantenuta e rinforzata quella clientela che chiede ai marchi la garanzia totale del prodotto, come noi abbiamo sempre fatto. Seguendo con molta cautela le tendenze creative più estreme». Anche la moda, insomma, deve rassegnarsi e mettere giudizio.

#### Ferre' Giusi

#### Pagina 9

(1 dicembre 2008) - Corriere Economia

Ogni diritto di legge sulle informazioni fornite da RCS attraverso la sezione archivi, spetta in via esclusiva a RCS e sono pertanto vietate la rivendita e la riproduzione, anche parziale, con qualsiasi modalità e forma, dei dati reperibili attraverso questo Servizio. È altresì vietata ogni forma di riutilizzo e riproduzione dei marchi e/o di ogni altro segno distintivo di titolarità di RCS. Chi intendesse utilizzare il Servizio deve limitarsi a farlo per esigenze personali e/o

#### ANNUNCI PREMIUM PUBLISHER NETWORK



#### Scuole d'Arte e Design ?

NABA Ti aspetta. Arte, Fashion o Web Design ed Altri Corsi!  
[Trienni.Naba.it](http://Trienni.Naba.it)



#### Corsi di Moda e Design

Chiedi Info per diventare un Professionista. Compila il form  
[www.accademiadellusso.com](http://www.accademiadellusso.com)



#### Adozioni a distanza.

Questo bimbo conosce solo la solitudine. Tu puoi aiutarlo.  
[www.sositalia.it](http://www.sositalia.it)

interne alla propria organizzazione.