

L' ETICA DEL CASHMERE

Repubblica — 22 dicembre 1997 pagina 10 sezione: AFFARI & FINANZA

Milano Un altro mondo. Un modo di fare azienda completamente diverso da quello cui siamo abituati. I dipendenti non timbrano il cartellino per entrare in fabbrica e in diciannove anni di attività non hanno avuto bisogno di ricorrere al sindacato (che peraltro non c'è) per far valere i propri diritti. Quando hanno un problema i lavoratori ne parlano direttamente con Brunello Cucinelli, fondatore e 'anima' del gruppo che produce maglieria in cashmere e abbigliamento femminile con i marchi Brunello Cucinelli, Rivamonti e Gunext. Un imprenditore sui generis, che ha fatto della qualità della vita il filo conduttore dell'attività sua e dei suoi collaboratori. Ci ha messo degli anni, ma alla fine è riuscito a creare una sorta di azienda-paese. Nel vero senso della parola. Cucinelli ha ristrutturato il borgo trecentesco di Solomeo, alle porte di Perugia e lì ha spostato il quartier generale dell'azienda. Che oggi funziona come un laboratorio medievale dove ogni 'abitante' ha il diritto-dovere di dire la sua quando si tratta di migliorare prodotti e qualità. Ma dove, al tempo stesso, trovano posto le macchine più perfezionate per produrre. "La missione di un'azienda è fare profitti - dice Cucinelli - ma con questo non bisogna rinunciare a vivere. Né tantomeno, per inseguire il business, danneggiare altri". Nei fatti è un modello di impresa 'morale' quello che da diciannove anni l'industriale perugino sta portando avanti. E non ha nessuna intenzione di cambiare. Gli ha detto bene così. Ha cominciato partendo da un'idea nuova per i tempi: produrre maglie in cashmere colorato, quando fino ad allora si trovavano nei classici grigi, tinta miele, marrone e poche altre sfumature. I dieci collaboratori degli esordi sono diventati 130 interni e 500 esterni. Dalle poche decine di milioni del 1978 il fatturato oggi è arrivato a 59 miliardi, con la previsione di chiudere il bilancio 1998 a quota 63. Cucinelli esporta il 70 per cento delle sue 'magliette' in tutto il mondo. E di recente a Solomeo hanno festeggiato l'arrivo nel carnet dei clienti di paesi come la Russia, la Cina, la Polonia e l'Ungheria che, per ora, si comprano il 3 per cento del giro d'affari della Cucinelli. Cresce il business e cresce il bisogno di finanziarsi. Prematuri i tempi per una quotazione, Cucinelli ha optato per le cambiali finanziarie. Un sistema che si sta diffondendo nelle imprese di medie dimensioni e che la Smail di Cucinelli ha deciso di adottare di recente. "L'attività di assistenza alla Smail fornita dal Mediocredito dell'Umbria - tengono a precisare a Solomeo - non si esaurisce nell'engineering e nella prestazione della garanzia al 100 per cento del titolo: la banca metterà a disposizione dell'azienda anche una linea di credito back-up, utilizzabile per il pagamento delle cambiali in scadenza e con un piano di rimborso entro il diciottesimo mese dall'emissione, con un periodo di ammortamento di sei mesi". La novità, rispetto alla cambiale finanziaria ordinaria, è dunque duplice: da un lato la disponibilità della linea di credito back-up assicura in ogni caso la copertura delle cambiali in scadenza. Dall'altro l'azienda può contare su un atterraggio morbido, poiché ha sei mesi di tempo, da quando scade la cambiale, per rientrare in modo graduale. Per ora i titoli emessi dalla Smail sono stati sottoscritti dalla Cassa di risparmio di Perugia e da quella di Spoleto. Ma sembra che ci siano già investitori privati interessati all'operazione. L'anno prossimo il gruppo perugino compie vent'anni e festeggerà regalandosi una nuova linea di prodotti. Con ogni probabilità a Solomeo inizieranno a produrre camicie e "capi spalla". Vale a dire, cappotti e giacche. - *Marcella Gabbiano*

Abbonati a Repubblica a questo indirizzo
http://www.servizioclienti.repubblica.it/index.php?page=abbonamenti_page