

Cucinelli porta il cachemire a Est

Repubblica — 30 aprile 2007 pagina 33 sezione: AFFARI FINANZA

Per Brunello Cucinelli questo è decisamente l'anno della svolta. Innanzitutto perché la sua azienda, che dagli anni '80 produce ed esporta in tutto il mondo pregiati capi in cachemire, gode di ottima salute, come confermano gli ultimi dati di bilancio. La società umbra ha infatti archiviato il 2006 con un giro d'affari pari a 91,18 milioni di euro, in crescita del 26,97% rispetto ai 71,81 milioni del 2005, mettendo a segno un utile di 3,73 milioni, anch'esso in aumento, nell'ordine del 45.13%, mentre per il 2007 la Cucinelli prevede di raggiungere i 115 milioni di fatturato, con un incremento del 26,12%. Fattore trainante di questa crescita è indubbiamente il favore con cui è visto lo sportswear di lusso in questo momento, «un genere in cui ci riconosciamo molto» spiega Brunello Cucinelli, fondatore e titolare di un'azienda che lui ama definire "una casa laboratorio", incastonata in un antico maniero, il borgo di Solomeo, in cui il lato umano sia all'interno dell'azienda che nei rapporti con la clientela italiana ed estera non è stato mai disatteso. «Il segreto è un po' anche questo» commenta con orgoglio l'imprenditore perugino cultore di studi umanistici ma con un gran fiuto per gli affari. Uno dei primi a varcare i confini nazionali con il suo cachemire colorato che negli anni '80 piacque subito ai tedeschi e poi agli americani con cui la Cucinelli ha intrecciato negli anni rapporti solidi e duraturi. Ma la vera svolta per Cucinelli è la possibilità di cogliere nuove opportunità, ossia presidiare i mercati emergenti, Cina, India, Russia e Sud America, che per ora incidono per circa l'8% sul business totale della società ma che, nel giro di 3 anni, potrebbero rappresentare il 12%. «Il nostro sviluppo su questi mercati è possibile grazie ai monomarca, una formula su cui fino a tre anni fa strategicamente non abbiamo puntato molto» chiarisce Cucinelli che in questo è sempre stato un po' controcorrente. Non per niente il fatturato generato dai multimarca, 950 in tutto il mondo, è pari allo 83%. E' da appena tre anni che l'azienda ha varato la sua espansione con i monobrand. Una politica legata anche a una maggiore valorizzazione del Made in Italy, asso nella manica di Cucinelli e di altri colleghi italiani che la pensano come lui. - *ENRICO MARIA ALBAMONTE*

La url di questa pagina è <http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/2007/04/30/cucinelli-porta-il-cachemire-est.html>

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