

Brunello Cucinelli:

«Così sosteniamo la rigenerazione»

Sostenibilità. L'imprenditore finanzia con un milione un progetto promosso del principe Carlo per ridare vita a un territorio e alle sue comunità in India

Con la stessa filosofia di Solomeo, punteremo su ripopolamento e riforestazione. Dobbiamo essere utilizzatori, non consumatori, del creato
Chiara Beghelli

Non più solo le cose, gli oggetti, ma anche i terreni, le comunità, le loro culture: per la circolarità, termine protagonista di ogni odierna riflessione sulla sostenibilità, è tempo di evoluzioni, di espansioni.

E ridare vita a un territorio e dunque ai suoi abitanti può accadere in Umbria come alle pendici dell'Himalaya. È lì, nel nord est nell'India, che si concentrerà l'Himalayan Regenerative Living Lab: si tratta del secondo progetto lanciato dalla task force sulla moda (guidata da **Federico Marchetti**, fondatore di Yoox) della Sustainable Markets Initiative, lanciata nel 2020 dal principe Carlo per spingere gli operatori del settore pubblico, privato e filantropico a generare valore economico in armonia con la sostenibilità sociale e ambientale. Una filosofia affine al «capitalismo umanistico» che anima **Brunello Cucinelli**, che di questo progetto sarà finanziatore, con un'iniziale partecipazione di un milione di euro.

«Attiveremo subito il progetto, e non vedo l'ora di partire insieme a Federico per andare a visitare quei luoghi, così antichi e vicini al cielo - racconta l'imprenditore -. Magari faremo un gemellaggio con Solomeo (il borgo umbro dove ha sede l'azienda, ndr), riprendendone la filosofia: 40 anni fa

aveva 300 abitanti, oggi ne ha 800, soprattutto giovani famiglie con bambini. Come abbiamo fatto da noi, anche lì lavoreremo per rigenerare l'agricoltura e sostenere anche la produzione di cotone, seta, cashmere». Il progetto, attivo fino al 2023, prevede la piantumazione di un milione di alberi, in una zona colpita da deforestazione e impoverimento del suolo e dunque delle comunità, la rigenerazione di 900 ettari di foresta e di 100 ettari di agroforesta: sul campo se ne occuperanno le associazioni Reforest Action e la Circular Bioeconomy Alliance guidata dallo scienziato Marc Palahi.

La responsabilità si conferma motore di una rinnovata industria del lusso, dove chi lo acquista, per la prima volta lungo la sua millenaria storia, non bada solo al valore e all'estetica di un oggetto, ma anche a chi lo ha creato, dove e in che modo, con quali materiali. «Il contratto sociale teorizzato da Platone e Aristotele deve oggi essere un contratto con il creato - prosegue **Cucinelli** -. Bisogna rapportarsi con gli esseri umani, certo, ma anche con la natura e le sue altre creature. Questo cambiamento è in corso, lo vedo chiarissimo nei più giovani. La pandemia ci ha dato molto tempo per riflettere e abbiamo capito quanto dipendiamo dal creato e l'importanza di riutilizzare, riparare, rigenerare. Noi non siamo, non dobbiamo essere consumatori, ma utilizzatori, come sosteneva Epicuro».

Valori che continuano anche a sostenere la crescita del marchio: «Il primo trimestre è stato meraviglioso, e sono molto fiducioso sull'andamento dell'anno - nota -. Il brand sta inoltre

vivendo un bel momento sotto il profilo stilistico, le persone apprezzano il vestire in un modo elegante, moderno, chic. Certo, i nostri capi sono costosi, ma anche perché per il 52% sono fatti a mano. Ma le persone apprezzano il fatto di avere cose che restano nel tempo. L'America sta andando benissimo, si conferma il nostro primo mercato, in Europa abbiamo una solida clientela, e anche la Cina, per quanto sia per noi un mercato più piccolo, sta andando molto bene. Certo, c'è la guerra in Ucraina e mi dispiace profondamente. Ma pensando alle conseguenze per la nostra industria, non credo che l'aumento dei prezzi delle materie prime impatterà più di tanto sul prezzo finale. Noi ci siamo organizzati, siamo coperti sotto questo profilo. La guerra porterà un insegnamento, perché come notava Sant'Agostino, il dolore è maestro dell'umanità. Cresceremo e miglioreremo anche grazie a questo. Non posso non immaginare un secolo d'oro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

Verso un 2022 a +12%

Nel primo trimestre **Brunello Cucinelli** ha registrato ricavi netti pari a 196,9 milioni di euro (+19,6% rispetto al primo trimestre 2021), con +37,7% nelle Americhe, +14,5% in Europa e Asia. L'azienda ha rilevato il 43% del Lanificio Cariaggi e un'area industriale di 8 ettari nei pressi di Solomeo. La crescita prevista per il 2022 è del 12% e del 10% per il 2023



Superficie 30 %



Cooperazione. Da sinistra, [Federico Marchetti](#), il principe Carlo e [Brunello Cucinelli](#)