Brunello Cucinelli

L’entreprise et la marque Brunello Cucinelli est une marque italienne créée en 1978. Elle est dans le secteur du luxe et elle est surtout connue pour ses produits en cachemire. Son entreprise emploie 783 salariés et elle est située à Solomeo, en Italie. Son entreprise a un rayonnement international.

Les premiers produits commercialisés sont des pulls en cachemire pour femme. Il est surnommé à ce titre Le Prince du cashmire. Dans les années soixante-dix il tire son inspiration économique des lectures de l'économiste américain Théodore Levitt qui le poussent à miser sur le créneau du grand luxe pour ne pas être concurrencé par les produits des pays émergents. 40 ans plus tard, en 2012, Cucinelli pensait encore en ces termes, ajoutant que ces mêmes pays émergents, Chine, Inde, Brésil, ne constituaient plus des concurrents mais un futur marché porteur qui annonce un « siècle d'or » pour les entreprises européennes de luxe telle que la sienne.

Avec un chiffre d’affaire toujours plus important, l’entreprise est de plus en plus humaniste et se préoccupe de l’activité culturelle.

L’objectif est de véhiculer les valeurs et les idéaux qui sont chers à la marque, à savoir la qualité, le travail manuel, le lien avec le territoire, mais aussi le capitalisme humaniste ou encore la dignité morale et économique du travail. De fait, une partie importante du site est dédiée à celui qui a été surnommé par la presse "l’entrepreneur philosophe", en raison de sa défense des valeurs humanistes et de la manière dont il a su conjuguer luxe et capitalisme, ainsi qu'à ses actions. L’homme est aussi connu pour son engagement en faveur du patrimoine. Il a ainsi fait entièrement restaurer le bourg de Solomeo, sur les collines de l’Ombrie en Italie du centre, où se trouve son entreprise. Il vient aussi d’annoncer sa volonté de restaurer la Torre Civica de Norcia, la tour édifiée en 1700 dans cette commune frappée par le tremblement de terre du 30 octobre dernier.

Vouloir restaurer le patrimoine culturel colle avec la logique des monastères qui entretiennent aussi la sauvegarde du patrimoine culturel et intellectuel.

Les monastères ont leur propre logique. « Là où le discours des écologistes est matérialiste, celui des religieux est social. » « On se rend compte que plus de consommation n’apporte pas forcément plus de bonheur », rappelle Isabelle Jonveaux. Pour Frédéric Baule, économiste et laïc de l’abbaye du Bec-Hellouin (Eure), loin de « l’utilitarisme dominant », « le temps monastique nous laisse le temps d’expérimenter ». Avec ses objectifs propres et sa temporalité différente, le monastère est maintenant perçu comme un laboratoire d’idées.