

«Il bicchiere è mezzo pieno»

Parla l'ad del Lanificio Cerruti: «Ora guardiamo al futuro»

MILANO

«Prima vedevamo il bicchiere mezzo vuoto. Oggi possiamo dire di vederlo mezzo pieno. Non siamo ancora fuori dalle difficoltà, ma siamo pieni di speranza. E se anche sappiamo che il 2010 e 2011 saranno ancora anni difficili, facciamo il possibile per andare incontro alle esigenze dei nostri clienti, cercando di precepire al meglio e con velocità i loro desideri. E' racchiuso in queste parole il segreto dell'ottimismo che sprigiona Daniele Sartani, il giovane manager che da circa un anno

ha assunto la carica di amministratore delegato del Lanificio Fratelli Cerruti. Reduce da un rapporto professionale con il "bigor Nino" che dal 1990 ad oggi, pur in modo non del tutto continuativo, lo ha visto dedicarsi tra l'altro alla creazione della filiale di Hong Kong e al progetto Lyria, Sartani lancia una vettura di entusiasmo dai saloni di Ideabiella. E mentre Nino, per l'occasione accompagnato dal figlio Julien (con quale si esprime rigorosamente in francese), si limita a far notare che «non possiamo ancora sentirci ottimisti, anche se

siamo positivi», Daniele va oltre e spiega che «sarà interessante tirare le somme a fiera conclusa, anche se oggi per la prima volta abbiamo il metro di paragone di Parigi che è andato bene, con un aumento di visite del 30%». «E anche il primo approccio con Ideabiella è andato bene - puntualizza Sartani - Abbiamo visto molti clienti, sia uomo che donna, e questo ci fa ben sperare. Questo però non significa che il momento di difficoltà sia finito: semplicemente, adesso è tempo di fare i conti e guardare al futuro».

La ricetta, secondo l'amministra-

tore delegato, è in sostanza un mix di mercato e capacità imprenditoriale: «Da un lato ci vuole una pulizia naturale del settore - spiega Sartani -, ma dall'altro serve anche capacità. Noi abbiamo investito molto e oggi mi sento tranquillo. Siamo costantemente impegnati a dare un servizio il più vicino possibile ai clienti e oggi con loro sta iniziando ad instaurarsi un rapporto a doppio senso: loro capiscono che se io investo su ricerca e sviluppo posso mantenere prezzi più alti, io offro loro in cambio innovazione e continue novità». Non

a caso, la scelta di Cerruti a Ideabiella è stata quella di puntare sul "nuovo", in ogni senso: dalla campagna di comunicazione alle linee (con l'introduzione di Parcour, proposta per l'abbigliamento informale), sino all'annuncio della prossima installazione, per la prima volta al mondo in un lanificio, di un impianto di co-generazione per la produzione di energia elettrica, vapore e acqua calda con l'uso di olio vegetale come combustibile.



ESPERIENZA IN ASIA

Nella foto, l'amministratore delegato del Lanificio Cerruti Daniele Sartani. A lui si deve la creazione della filiale Cerruti di Hong Kong

V.B.