

La Redvolution di «Diesel» vista da Micheletti

Galeotto fu un articolo di Gian Antonio Stella su *Sette*. Un amore, quello per il patron di Diesel Renzo Rosso, che l'autore bresciano Riccardo Micheletti (nella foto) ha maturato su libri, giornali e riviste e che alla fine — dopo essersi sedimentato negli anni (diciassette) in un patrimonio di conoscenze, di informazioni e di pensieri — non poteva che trasformarsi, anch'esso, in un libro. Già autore di *Savelli, una famiglia, un'impresa, una storia* (2012), domani Micheletti porta in città (ore 18 alla Feltrinelli di corso Zanardelli)

Redvolution. Vita e pensiero di Renzo Rosso, l'uomo che ha creato l'impero della Diesel (Marcianum Editore, p. 188).

«Una vita e un pensiero — spiega Micheletti — che a mio avviso meritavano di essere raccontati, perché

se è vero che Rosso è stato fortunato, è anche vero che lo spirito attraverso cui ha messo in moto tutte le sue iniziative non era un falso



pensiero ottimistico ma un autentico spirito ribelle». Due, per l'autore, le intuizioni geniali dell'imprenditore di Brugine: aver inventato il *premium vintage* ed essersi difeso dalla concorrenza dal basso dei grandi marchi *prêt-à-porter* posizionando i suoi prodotti sull'alto di gamma. Ma interessante è anche la strategia adottata da Micheletti per scrivere la biografia: «Io ho finito il libro prima di conoscere Rosso, che l'ha letto e l'ha apprezzato solo ex post». Di Rosso, anche dopo l'incontro, allo scrittore bresciano è piaciuto il coraggio di essere e rimanere veneto pur avendo visto crescere fra le sue mani un'azienda che è ormai un brand internazionale. «Diesel — conclude — è una family company, ma è riuscita a fare il salto verso il mercato mondiale mantenendo le radici sul territorio. Il segreto del suo successo è essere *glocal*. È questa la sfida che anche le imprese di Brescia devono affrontare per battere la crisi».

Massimiliano Del Barba