

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Italia 43

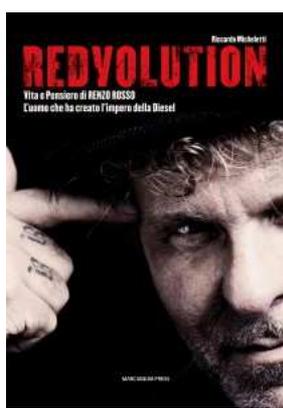
UNITED COLORS
OF BENETTON.

ARTE | ECONOMIA | CULTURA | MODA | SABORES | NOTÍCIAS | FAMOSOS | POLÍTICA | ESPORTES | TURISMO

HISTÓRIA

Primados de Renzo Rosso em livro

O fundador da Diesel se tornou empresário em 12 anos. Aos 15 coseu os seus primeiros jeans. Anos mais tarde ele iria conquistar os americanos.



A capa da biografia de Renzo Rosso assinada por Riccardo Micheletti. empresário tem seis filhos: Andrea, Stefano e Alessia, que teve com sua primeira esposa. s outros três: os gêmeos Ásia, Luna e Índia, são da ex-namorada Erika. Andrea e Stefano trabalham com seu pai na empresa.

apenas a ponta do iceberg do Império de Rosso através do seu TB (Only the Brave), o terceiro grupo de moda italiana depois de Armani e Prada com 6 mil funcionários, controla um galáxia de empresas de moda de alta gama, como Marni, Dsquared2, Marc Jacobs e Vivienne Westwood. Filho de agricultores do Veneto, no Nordeste produtivo da Itália, Renzo Rosso quando criança sonhava em se tornar algo mais do que o seu destino parecia prespec-tivar-lhe.

EMPREENDEDOR DESDE PEQUENO. Aos 12 anos, o jovem Renzo teve a oportunidade de ter a sua primeira experiência empreendedora. Um dia, um colega deu-lhe um coelho do rebanho de seu pai. «Ele provavelmente pensou que ele iria acabar na panela – recorda 40 anos depois Renzo Rosso – mas eu estava tão fascinado com a fazenda que fi-lo explicar todas as técnicas de seu pai». Quando ele descobriu que o coelho era uma fêmea, e ainda para mais grávida, decidiu construir uma pequena fazenda: pequenas gaiolas construídas e inventou um sistema rudimentar para dar de beber e comer coelhos. «Em um ano e meio eu devo ter criado cerca de 150. Uma parte conseguia alimentá-la, enquanto a outra ia vendê-los no mercado a cada mês», acrescentou. **AOS 15 ANOS OS PRIMEIROS JEANS.** Três anos mais tarde, ele costurou seu primeiro par de jeans, rigorosamente à boca-de-sino com a moda do tempo requeria. modelo agradável de tal modo aos rapazes de seu país que, em um curto espaço de tempo todo o que criava literalmente voava. E com o dinheiro que ele ganhou financiou a paixão pela música.

DO NASCIMENTO DA DIESEL AO DESEMBRAQUE NA AMÉRICA. Rosso não sabia que alguns anos depois de deixar a universidade iria trabalhar na corte de Adriano Goldschmied, que na época foi considerado o guru da via italiana de jeans. E exatamente no Grupo Genius, a empresa de Goldschmied, nasce a marca Diesel em 1978. Quatorze anos depois, os jeans Diesel desembarcaram nos Estados Unidos, onde revolucionaram o mundo do denim. Lá, os maiores fabricantes de jeans vendiam as suas peças em torno dos 29 dólares. Só Ralph Lauren conseguia vendê-los a 52 dólares. Rosso decidiu colocar seus jeans a partir de 100 dólares como um primeiro preço: «Eu sempre usei a mais recente tecnologia, os melhores materiais, os fornecedores mais capazes. Além disso, a importação de nossos produtos para a América, tinha de pagar um imposto de 17%. Então eu decidi pô-los a um preço de 100 dólares. Esse era o seu valor». E conseguiu vender na mesma.

O PRIMEIRO COM UM NEGÓCIO ONLINE. Em 1995, um novo recorde. Diesel foi de fato a primeira marca no mundo da moda a desembarcar na web: «Do ponto de vista econômico, uma loja on-line não fazia sentido na época, mas eu achei que nós deveríamos ficar um passo à frente de todos os outros», disse Rosso, recordando quando ele e seus colegas de trabalho celebraram o dia em que foram vendidos on-line 16 pares de jeans.

«Eu sempre quis ser algo mais do que aquilo que eu era: empregado, em seguida, criar o meu negócio artesanal, e assim por diante». Com estas poucas palavras se descreve Renzo Rosso, de 58 anos, proprietário empresário da marca de moda Diesel. Mas há aqueles que preferem defini-lo como um «revolucionário». E este é o retrato que sai da biografia Redvolution, Vida e pensamento de Renzo Rosso, o homem que criou o império da Diesel, assinada por Riccardo Micheletti e editada por Marciatum Press.

LANÇOU O PREMIUM DENIM. Efetivamente Rosso é conhecido em todo o mundo por revolucionar um produto como o jeans casual, transformando-o em uma peça «premium», ou seja, um produto que exceder os 100 dólares. Além disso, o empreendedor foi capaz de dar vida a um novo segmento de mercado, o «premium denim» do qual Diesel é o líder indiscutível, e a conquistar o mercado norte-americano, tradicionalmente difícil. Especialmente os empresários italianos. Não apenas isso. Segundo o autor Renzo Rosso também foi revolucionário na forma de anunciar seus produtos e «no criar de Diesel Village, um grande «quartel-general», com cerca de 800 funcionários».

NÃO APENAS A DIESEL. Diesel, com seus bilhões de faturação e 5 mil pontos de venda em todo o mundo, é



OUTROS ARTIGOS

■ A ENTREVISTA

A arte contemporânea no carrinho (virtual)

■ HISTÓRIA

Primados de Renzo Rosso em livro

■ A DECISÃO

Armani faz as pazes com a moda

■ CELEBRAÇÕES

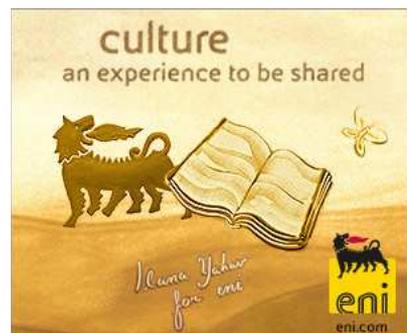
Damiani, cascata de diamantes para Sophia Loren

■ ACESSÓRIOS

A bolsa inspirada na bici

MAIS POPULAR

- 01 DOLCE&GABBANA, MECENAS NO CINEMA
- 02 BALOTELLI, GOLO ELEITORAL PARA BERLUSCONI
- 03 O CONTO DE FERRAGAMO ESPETÁCULO



DA MODA AOS VINHOS DE PRESTÍGIO. Mas a vida do empreendedor não girava só em torno de jeans, camisetas e acessórios. Desde os anos 90, também era um produtor de vinhos de qualidade, tanto que suas garrafas de Branco de Rosso (chardonnay), Negro de Rosso (Pinot Noir) e Tinto de Rosso (merlot e cabernet), produzidos por sua fazenda, a Diesel Farm, agora estão sendo leiloadas pela Christie's, em Nova Iorque e vendidas em uma centena de restaurantes cuidadosamente selecionados. E o vinho não é o único produto que vem da Diesel Farm: 80% do que comemos é produzido em sua propriedade, «Na fazenda eu crio galinhas, coelhos, vacas. E eu também tenho uma horta».

NO AVIÃO COM BAGGIO. A natureza da vida mundana é melhor. Fazer o papel de rico, de fato, Renzo Rosso não gosta: «Vamos chamá-la de modéstia de agricultor ou o que quisermos, mas o papel de «senhor» eu não gosto. Tem um avião particular (muito rock) «apenas porque possa ter quatro ou cinco eventos por toda a Europa, no mesmo dia. Sabe algo disso que o ex-número 10 da seleção nacional de futebol, Roberto Baggio, que compartilhado com Rosso um voo para a Romênia: «Renzo foi capaz de quebrar todas as regras pondo-nos a todos de cócoras no chão». Abandonados os assentos de couro de luxo, tirou de sua mochila um enorme pedaço de queijo parmesão, salame, pão torrado com sementes e uma boa garrafa de vinho. O atacante ainda se lembra de como esse gesto mudou completamente a atmosfera no avião: «Durante toda a viagem foi uma única risada acompanhada pelas suas pílulas futuro. Eu ainda me lembro hoje de cada palavra de suas visões loucas».

Para mais informações: [Diesel](#)

[Only the brave](#)

Luca Burini

TAG: BIOGRÁFIA RENZO ROSSO, MODA, MODALIDADE, REDVOLUTION BIOGRÁFIA RENZO ROSSO, RENZO ROSSO

A DECISÃO



ARMANI FAZ AS PAZES COM A MODA

ACESSÓRIOS



A BOLSA INSPIRADA NA BICI

PAIXÕES



MIUCCIA, NOSSA SENHORA DO CINEMA

LIVROS



VALENTINO, UM RETRATO DE MUITAS VOZES

COMENTÁRIOS

Your email address will not be published. Required fields are marked *

Name *

Email *

Website



CAPTCHA Code *

Comment