

la storia e lo sviluppo

IL GRUPPO OGGI

"Una Costante Passione per il Tessuto, l'Innovazione e la Qualità dal 1910"

Il **Gruppo Ermenegildo Zegna** rappresenta una delle più note realtà imprenditoriali italiane. Nel corso degli ultimi cento anni, la **ricerca dell'eccellenza** e lo **spirito innovativo** propri del marchio sono stati tramandati di generazione in generazione, permettendo al nome Zegna di rimanere sinonimo di qualità ed avanguardia. Alla base dell'affermazione di Zegna c'è una cultura d'impresa forte e consolidata, che permette ai talenti di emergere sul terreno comune della ricerca continua della qualità unita ad un'attenzione costante ai clienti e alle persone.

La filosofia del Gruppo Zegna si basa su tre principi:

- obiettivi di lungo termine;
- controllo da parte della famiglia, per garantire continuità e solidità sulla base di un impegno etico condiviso;
- governance rigorosa.

Tutto questo è reso possibile dall'impegno della **Famiglia Zegna**. Oggi l'azienda è gestita da Gildo, in veste di Amministratore Delegato; Paolo, in qualità di Presidente; Anna, che ricopre la carica di Direttore Immagine e Presidente della Fondazione Zegna; Benedetta, Talent Manager; Laura, Responsabile dell'Oasi Zegna e Renata, che siede nel Consiglio di Amministrazione del Gruppo.

"Una grande famiglia crea una grande azienda, una grande azienda crea una grande famiglia"

Gildo Zegna



Gildo Zegna e Paolo Zegna

Ermenegildo Zegna

LA STORIA / GLI INIZI

La nascita della Ermenegildo Zegna risale alla seconda metà del XIX secolo, quando **Angelo Zegna, di professione orologiaio**, decise di aprire un lanificio. Dei suoi dieci figli, fu l'ultimogenito, **Ermenegildo, nato nel 1892**, a prendere le redini di quella che sarebbe diventata una delle più celebri e più dinamiche aziende italiane.

Nel 1910, fu il giovane Ermenegildo, all'età di 18 anni, a fondare il **Lanificio Zegna, a Trivero**, nelle Alpi biellesi. Ermenegildo iniziò a produrre tessuti utilizzando quattro telai. Nella sua visione, questi tessuti dovevano essere "i più belli del mondo". Oggi, i **tessuti Zegna** sono ancora uno dei prodotti d'esportazione più prestigiosi d'Italia, e il caratteristico sigillo rosso ne garantisce l'autenticità e la qualità a livello internazionale. Precursore dei suoi tempi, Ermenegildo aveva una strategia internazionale, basata sull'approvvigionamento delle **fibres naturali** della migliore qualità direttamente nei paesi d'origine, sull'innovazione nel campo del prodotto e dei processi produttivi e sulla promozione del marchio. Questa visione creò le basi per una completa integrazione verticale dell'azienda, grazie alla quale ad oggi il gruppo Zegna è riconosciuto quale leader nel settore d'abbigliamento maschile di lusso.

Fin dagli inizi, le strategie di Ermenegildo non tardarono a rivelarsi vincenti. Il suo spirito pionieristico lo portò a esportare tessuti nella lontana America già nel 1938, e nel 1945 i tessuti Zegna erano venduti in oltre 40 paesi.

La grande capacità commerciale di Ermenegildo non si limitava al settore tessile. L'imprenditore capì che l'instaurazione di un **rapporto positivo con il territorio e con le comunità locali** sarebbe stata la base per ottenere la qualità a cui ambiva per i suoi prodotti. Capì che la bellezza dell'ambiente naturale e il benessere delle persone che lo abitano – e solamente i suoi dipendenti – erano indispensabili per un'azienda che aspirasse a durare nel tempo.

Nel 1932, a Trivero erano già state create una sala convegni, una biblioteca, una palestra, un cinema/teatro e una piscina pubblica. Nell'arco di qualche anno, Ermenegildo fece costruire anche un centro medico e una scuola materna.

Allo stesso modo si dedicò anche all'ambiente ed al paesaggio locale, piantando migliaia di alberi e costruendo la "Panoramica Zegna", una strada di 14 chilometri che collega Trivero e la stazione turistica di Bielmonte, a 1.500 metri sul livello del mare.

Così **Angelo Zegna**, attuale Presidente Onorario del Gruppo, descrive le conquiste del padre: "Attraverso la vita di mio padre rivedo quattro punti di forza. Prima di tutto, nacque nell'ambiente giusto per sviluppare le sue attitudini imprenditoriali. C'erano varie piccole aziende in concorrenza in una piccola area. Secondariamente, fu sempre determinato a fare meglio dei suoi rivali britannici, offrendo creativi tessuti italiani di qualità imbattibile. Il terzo punto di forza era una mente straordinariamente aperta, specialmente per quanto riguarda il benessere sociale del territorio e la redistribuzione del valore agli operai. Infine, c'era il suo rapporto di fondamentale importanza con la natura, la consapevolezza del fatto che le risorse naturali sono limitate e che dobbiamo proteggerle. È stato un ecologista molto prima dell'esistenza del termine!"

"I concittadini di Trivero erano indecisi se annoverare Ermenegildo Zegna tra i folli o i sognatori; concordi, comunque, nel pensare che non appartenesse alla categoria delle persone con i piedi per terra. In effetti, però, i piedi di Ermenegildo Zegna erano più radicati a terra di quanto i buoni abitanti di Trivero fossero disposti a credere".

Aldo Zegna



Ermenegildo Zegna – Il fondatore

CURIOSITÀ

Ermenegildo Zegna capì subito l'importanza della pubblicità per affermare il suo nome, rendendolo un vero e proprio marchio. Sono della sua azienda le prime pubblicità sui treni italiani.

Ermenegildo Zegna

LA STORIA / L'ESPANSIONE

Ermenegildo trasmise ai propri figli, Angelo e Aldo, i propri principi in merito alla conduzione dell'azienda. Entrambi iniziarono a lavorare da adolescenti mentre proseguivano gli studi.

Negli **anni '60**, gradualmente, presero in mano la gestione della "Ermenegildo Zegna e Figli".

Fu la terza generazione di Zegna che portò a termine la completa integrazione verticale dell'azienda, attraverso il lancio di collezioni di prêt-à-porter e su misura, l'internazionalizzazione della produzione e della distribuzione, e **l'apertura dei primi store monomarca a Parigi e Milano**.

Nel 1968, fu inaugurato uno stabilimento a Novara per produrre una collezione di giacche e pantaloni che ebbe subito grande successo, grazie soprattutto alla qualità dei tessuti.

I due fratelli iniziarono ben presto a espandersi all'estero, prima in Spagna e Svizzera e successivamente in tutto il mondo.

Contemporaneamente, diversificarono la produzione aggiungendo accessori ed abbigliamento sportivo.

Il **1972 vide il lancio del servizio Su Misura**. Seguendo le orme del padre, Aldo e Angelo completarono la costruzione della **Panoramica Zegna**. Consapevoli della grande importanza del benessere degli operai, realizzarono nel 1963 un complesso residenziale, e nel 1965 una stazione sciistica a Bielmonte.

"Stile e innovazione per un'identità forte e riconoscibile"



*Aldo e Angelo Zegna
a Pitti Uomo, 1986*

CURIOSITÀ

In un periodo duro come quello della II Guerra Mondiale, i tessuti Zegna accrebbero la propria fama. L'alta qualità, infatti, permetteva ai sarti di rivoltare gli abiti già confezionati. I clienti potevano così godere di una "seconda vita" del proprio guardaroba.

Ermenegildo Zegna

LA STORIA / IL CONSOLIDAMENTO

Così come aveva fatto Ermenegildo con loro, anche Angelo e Aldo Zegna facilitarono l'ingresso dei figli **Ermenegildo, Paolo, Anna, Benedetta, Laura e Renata** in azienda, preparando la nuova generazione dirigente. L'espansione dell'azienda è così continuata nel tempo.

Alla fine degli anni '90 è stata implementata una vasta strategia di verticalizzazione, brand extension e concessione di licenze, creando un **marchio globale del lusso maschile che spazia dall'abbigliamento agli accessori**.

L'azienda si è focalizzata sul retail, arrivando con largo anticipo nei mercati emergenti, in particolare Brasile, India, Cina e Russia. Zegna è stato il primo marchio di lusso ad aprire un punto vendita in Cina (Beijing 1991): la Cina è attualmente il principale mercato per il marchio, con oltre 70 negozi a gestione diretta presenti sul territorio cinese. Oggi, Zegna è presente in oltre 80 paesi con 555 punti vendita, di cui 311 gestiti direttamente.

Nel 2002, Zegna ha acquisito il marchio Longhi, produttore di abbigliamento di lusso in pelle; in seguito, nello stesso anno, ha costituito una joint-venture con il Gruppo Salvatore Ferragamo – ZeFer – per sviluppare i settori della pelletteria e delle calzature su scala internazionale.

La diversificazione del marchio si è ulteriormente ampliata con il lancio del primo **profumo Ermenegildo Zegna**: Essenza di Zegna, distribuito da YSL Beauté nel 2003. Sono state successivamente aggiunte altre tre fragranze, tra cui Z Zegna e il più recente, Zegna Colonia. Nel 2004 la licenza con De Rigo ha portato alla creazione della **Ermenegildo Zegna Eyewear**, la prima collezione di occhiali da sole e da vista, e nel 2006 l'accordo con Perofil ha visto la nascita di **Ermenegildo Zegna Underwear**. L'architettura e il design sono stati pilastri dell'espansione del marchio. Il 2007 ha visto il lancio del primo progetto di **Global Store**, creato dal celebre architetto Peter Marino. Da allora, sono stati aperti Global Stores a Milano, New York, Shinjuku Tokyo, Dubai e Hong Kong; nel 2010 seguiranno Shanghai Lippo e Las Vegas. Sempre nel 2007 sono stati inaugurati a Milano i Global Headquarters, con una superficie di 8000 metri quadrati, progettati dall'architetto Antonio Citterio. L'edificio, che fonde l'eleganza sobria di Zegna con una modernità classica, ospita gli showroom internazionali del Gruppo e i team di sviluppo prodotto, pianificazione negozi, vendite e marketing.

Il 2008 segna l'arrivo a Milano delle prime sfilate **Ermenegildo Zegna e Z Zegna**, che hanno arricchito il mondo dello "Stile Zegna" coniugando stile, eccellenza, qualità e tradizione, con il gusto sofisticato e cosmopolita della clientela Zegna. Queste strategie, nel loro insieme, hanno gettato le basi per il prossimo capitolo della storia del brand. Uno degli obiettivi della quarta generazione è garantire la continuità dei valori e delle attività che derivano dalla filosofia del fondatore, eredità non solo della famiglia ma di tutti coloro che lavorano nel Gruppo. L'idea di una "cultura della bellezza", il principio che si basa sul concetto che la qualità del prodotto non possa essere separata dal benessere dell'ambiente e delle comunità locali, viene portata avanti attraverso la **Fondazione Zegna**, istituita nel 2000, e la creazione dell'**Oasi Zegna** nel 1993.

"La nostra missione è guardare al futuro, valorizzando la nostra tradizione".

Gildo e Paolo Zegna



Gildo e Paolo Zegna