

Le originali
aziende
bresciane



L'azienda di Bedizzole ed il successo mondiale dei suoi prodotti d'abbigliamento

Luca Roda ti... sistema la cravatta

di Cristina Mazzoldi

Prima di incontrare Luca Roda mi chiedevo il motivo per cui tutti gli articoli che parlavano della sua azienda trattassero più di questioni filosofiche, di modi di concepire la vita, di tendenze, piuttosto che parlare "di aspetti economici".

Mi spiegavo il motivo pensando che i lettori di riviste glamour non fossero interessati a leggere di bilanci, sistemi organizzativi, proiezioni di fatturato. Oggi mi è capitato di intervistare Luca Roda e, lungo la strada verso casa da Bedizzole a Brescia, sotto una pioggia battente, ripenso a quello che ci siamo detti durante le due ore del nostro incontro. Con stupore mi accorgo che anch'io, da commercialista dovrei avere un occhio più attento alle sfumature economiche, mi sono ritrovata a parlare di significati dei colori per le varie culture, dei diversi modi che una donna ha di indossare un foulard e, quindi, delle diverse dimensioni che deve avere tale accessorio, di quanto possa essere elegante la forma di una conchiglia, e così via...

Questo, nonostante le mie iniziali intenzioni di analizzare in modo razionale ed economico la formula imprenditoriale, con la quale il sig. Roda è riuscito a rilanciare un accessorio ormai "obsoleto" come la cravatta.

Niente numeri, o metodi organizzativi, né strategie di mercati. Eppure non abbiamo divagato, abbiamo parlato dell'azienda! Come può essere? Semplicemente perché parlare della Luca Roda Srl non significa ragionare su un'organizzazione economica, che produce un oggetto e per questo ha successo sul mercato, ma parlare piuttosto del suo fondatore, della sua idea di fare impresa e di come sia riuscito a non vendere un "prodotto", ma un "modo di essere". Sembra filosofia, ma non lo è: del resto, se riflettiamo un attimo, ci rendiamo conto che spesso siamo portati a preferire un capo di abbigliamento ad un altro, non solo per le sue qualità oggettive, ma per come ci sentiamo nel momento in cui lo indossiamo.

E' questo il valore aggiunto dei prodotti Roda, il fatto che rispecchino il suo creatore, che evidentemente ha uno stile che piace.

E lo stesso imprenditore lo conferma: *"Nella vita quando ho fatto qualcosa che doveva*



Luca Roda



Company profile

Luca Roda Srl è un'azienda bresciana di accessori maschili fondata nel 1995, che recentemente ha esteso la sua produzione all'abbigliamento maschile; un'azienda che realizza un fatturato annuo di 6 milioni di euro; un marchio che contraddistingue la bellezza e la raffinatezza di un prodotto tipicamente italiano; una firma che ha conquistato molti potenti della terra passando per le boutique più prestigiose del mondo. Ma non solo.

L'azienda si identifica in toto con Luca Roda, il suo inventore, termine preferito a fondatore perchè dice moltissimo della coraggiosa e visionaria determinazione dell'uomo. Luca Roda, quarantaduenne sirmionese, poliglotta, curioso del mondo, intelligente stylist "naturale" baciato anche dalla fortuna, ha costruito con le sue sole forze e tutta la sua fantasia un'azienda, una posizione e soprattutto uno stile stimolante, creativo, originale, partendo da un capo, la cravatta, nodo noioso e obbligato dell'eleganza.

essere fatto secondo schemi definiti da altri, non sono mai riuscito ad avere successo.

Il segreto del successo del mio business è che il prodotto rispecchia me stesso. Attraverso i miei capi di abbigliamento (non solo le cravatte), mostro quello che sono. In sostanza creo i miei prodotti cercando di capire cosa piace a me e cosa non trovo sul mercato. Facendo questo, ovviamente, esprimo la mia personalità e la mia passione per le cose raffinate e non convenzionali e caratterizzo i miei prodotti in modo tale che chi sceglie un capo Roda, si senta protagonista e non possa scegliere altro.

Diciamo che scelgo un prodotto e lo "Rodizzo". In questo senso l'azienda si basa prima di tutto su me stesso.

In un momento in cui siamo sempre più abituati ad acquistare presso i grandi magazzini, senza curarci di chi sia il proprietario del negozio, io spingo per un "ritorno al bottegaio". Trovo che per un cliente conoscere che tipo di persona è il capo dell'azienda sia tranquillizzante perché in qualche modo aiuta a garantire il prodotto e a spiegarlo.

Nelle mie pubblicità, infatti, non utilizzo modelli: mi faccio ritrarre sempre

io in pose molto spesso canzonatorie ed irriverenti. Non è egocentrismo, è un modo nuovo di comunicare. Dal mio punto di vista un imprenditore deve avere due qualità: la passione per quello che fa ed essere "visionario" nel senso che deve riuscire a guardare sempre al domani anticipando le tendenze. Solo in questo modo può sfuggire la globalizzazione ed imporre un proprio stile".

I suoi prodotti sono indossati dai maggiori capi di stato, top manager e politici: da Sarkozy, che ha indos-



sato una cravatta Roda nel giorno del suo matrimonio, a Dustin Hoffman che le ha scelte per il suo ultimo film, da Fausto Bertinotti a Luca Cordero di Montezemolo, fino ad arrivare a José Luis Zapatero e persino all'imperatore del Giappone.

"Il mio cliente tipo è un uomo dinamico con il gusto per il classico; un dandy moderno che si veste in maniera chic ed anche un po' stravagante. Un uomo attento al dettaglio ed all'accessorio che deve essere perfetto ed entrare in sintonia con la personalità di chi lo indossa.

Per carattere amo l'innovazione, ma non dimentico la storicità del prodotto. All'inizio ho scelto di

produrre cravatte, un po' per caso (lavoravo da anni per uno tra i più importanti nomi della cravatta) un po' perché la cravatta, come accessorio, era in disuso - Versace aveva appena scritto un libro intitolato "Uomo senza cravatta" - e rilanciare la cravatta, rinnovandola, era una grande sfida. Certo sarebbe stato più semplice decidere di trovare idee nuove per delle T-shirt, ma anche questo dipende da come una persona sceglie di affrontare la vita, se preferisce seguire il fiume, oppure accettare delle sfide.

Dal mio punto di vista un imprenditore deve avere due qualità: la passione per quello che fa ed essere

"visionario" nel senso che deve riuscire a guardare sempre al domani anticipando le tendenze. Solo in questo modo può fuggire la globalizzazione ed imporre un proprio stile."

Oggi, al di là delle cravatte, si può parlare veramente di "Roda Style". Accanto all'accessorio maschile per eccellenza, infatti, da qualche anno Luca Roda produce abiti, camicie, capospalla, maglierie e piumini... il tutto, naturalmente, secondo quello che le maggiori riviste di moda definiscono "un gusto ricercato, raffinato e non convenzionale", insomma in puro stile Roda.

Cristina Mazzoldi
Dottore Commercialista