

Data: 14.03.2026 Pag.: 5,51
 Size: 460 cm2 AVE: € 55200.00
 Tiratura: 68522
 Diffusione: 51333
 Lettori: 480000

INTERVISTA Alla [Bologna Business School](#)

Renzo Rosso: «Ho i valori veri dei miei genitori contadini»

Mastromarino a pagina 15

Mariateresa Mastromarino

L'insegnamento di Renzo Rosso Creatività, scuola e tecnologia «Essere coraggiosi ripaga sempre»

L'imprenditore alla [Bologna business school](#) per l'avvio dell'anno. Il dibattito con il dean Max Bergami
 «La moda è il secondo settore per esportazione ma non veniamo calcolati, la politica deve fare di più»

«Dal vestito che indossi, tu esprimi chi sei». Lo sa bene Renzo Rosso, padre del denim moderno, presidente e fondatore di OtB Group – holding italiana che controlla i marchi di moda Diesel, Maison Margiela, Marni, Viktor&Rolf e Jil Sander –, ospite della [Bologna Business School](#) per una masterclass, in dialogo con il dean Max Bergami e la docente Giulia Baschieri. L'incontro è stato il kick-off annuale della scuola. Partendo dai principi che guidano le aziende del gruppo: «Creatività, tecnologia, sostenibilità e sociale», inizia Rosso, spiegando l'acronimo 'OtB', cioè Only The Brave: «A 15 anni ho iniziato a fare jeans per me e poi per i miei amici – dice –. Bravery è il modo di fare: io volevo vestire persone diverse, che provassero il piacere di provare il prodotto. Ho sempre cercato cose strane», tant'è che «la gente mi dava del pazzo. A fine anni '70, propongo i denim stracciati. La gente pensava fossero fallati e li rispediva indietro: sono andato in giro per il mondo per cercare un negozio che vendesse quella ti-

pologia». Una mentalità vincente, visto che è «entrato nei più grandi palcoscenici». Insomma, «essere 'brave' ripaga, ma magari non premia a livello di fatturato. A me piace fare cose belle: non ho mai lavorato un giorno per soldi». In prima fila, anche Ubaldo Minelli, ad del Group. Per Rosso, «il direttore creativo è il ruolo più importante nell'azienda». In merito al cambio generazionale della moda, «è giusto dare spazio a nuove leve», fondamentali per Rosso, che dagli scouting in giro per il mondo «prendo giovani talenti da portare in azienda – dice –. Vedo tanta creatività giovanile che genera valori, ma bisogna portare avanti l'identità del brand, senza snaturarlo: bisogna prendere quel dna e mettere la creatività di cui il mercato ha bisogno».

Attualità: «Con la guerra, le persone hanno paura di viaggiare e c'è ancora meno traffico all'interno dei negozi». Una difficoltà che «lascerà un altro segno. Abbiamo affrontato tanti proble-

mi, come il Covid o le Torri Gemelle. La moda italiana cercherà il modo migliore per sopravvivere». Non a caso, «il manager italiano è il più ricercato, perché riesce a mettere la sua creatività nel cambiare funzione all'interno dell'azienda». L'Italia è «un Paese figo. Ma avremmo bisogno di un aiuto da parte di chi ci governa: siamo il secondo settore per esportazione e non veniamo calcolati, non abbiamo mai visto un primo ministro a una sfilata di moda». Rosso non nasconde la crisi del settore del lusso: «Sono cambiati il modo di vivere, gli usi e i costumi. Dovremo inventare un modello diverso per fare [business](#). Ogni decade ha dei cambiamenti. La tecnologia è necessaria per fare [business](#)». Alla fine dell'incontro, Bergami ha regalato a Rosso un logo della Bbs, che al suo interno porta il nome dell'Unibo, «un'istituzione che crede nei valori della conoscenza e della persona. E questo è il collegamento più stretto alle cose più forti che ci hai raccontato».

Data: 14.03.2026 Pag.: 5,51
 Size: 460 cm2 AVE: € 55200.00
 Tiratura: 68522
 Diffusione: 51333
 Lettori: 480000



Il dialogo con
l'imprenditore.
Da sinistra: Max
Bergami,
Renzo
Rosso
e la
professoressa
Giulia Baschieri

**L'evento
nel campus**

IN VIA DEGLI SCALINI



Il presidente di Otob Group

«Ogni decade ha dei cambiamenti»

Renzo Rosso, presidente e
fondatore di Otob Group,
holding italiana che controlla i
marchi di moda Diesel, Maison
Margiela, Marni, Viktor&Rolf e
Jil Sander.