

La monografia

08865

08865

Ricci, l'impresa è una famiglia 50 anni raccontati in un libro

Il volume con testi e foto d'autore mostra la crescita di un marchio di fama internazionale

Una storia tutta italiana, che affonda le radici a Firenze ma sogna in grande e abbraccia altri mondi. [Stefano Ricci](#) racconta in un libro i primi cinquant'anni della sua impresa che coincide anche con l'avventura di una famiglia capace di costruire un brand di abbigliamento conosciuto a livello internazionale restando unita e concentrata su obiettivi comuni, salda intorno al progetto industriale e legata da un'evidente armonia di affetti. Insieme alla moglie Claudia e ai figli Niccolò e Filippo, [Stefano Ricci](#) ha sviluppato un cammino creativo che si ripercorre oggi attraverso le cinquecento pagine di "The Book", una monografia composta dai brani di 31 autori e le immagini di 52 fotografi, pubblicata in 300 copie di grande formato in edizione limitata e 2000 più piccole. Il volume da collezione, ricoperto in pelle rilegata a mano, è il tributo a una realtà aziendale che ha adesso 700 dipendenti e 70 punti vendita in Italia e all'estero. «Ho vestito molti uomini importanti e capi di Stato», racconta Ricci, «e ho sempre stabilito con loro rapporti di stima e amicizia». Una delle foto a colori lo ritrae insieme a Nelson Mandela. «Mi chiedeva cosa si fosse perso durante i 27 anni di prigionia e lo cercavo di elencare solo gli avvenimenti positivi, per alleggerirlo dal peso del male che gli avevano inflitto».

Con la famiglia Ricci ha vissuto in Africa per quattro anni. «Volevo che i miei figli vedessero con i loro occhi

quanta povertà e sofferenza esistano in certi paesi, volevo che rimanessero con i piedi ben piantati a terra e fossero consapevoli della fortuna e del privilegio di nascere in questa parte del pianeta». Il lavoro quotidiano aiuta ad essere concreti. «Siamo persone che ogni giorno vanno in ufficio e affrontano questioni e problemi, cercando sempre nuovi linguaggi con lo stesso entusiasmo che io e mia moglie avevamo all'inizio, quando partimmo con la produzione di cravatte». Oggi Ricci è un brand che veste l'uomo totalmente e lo immagina muoversi e viaggiare sia nei contesti metropolitani che dentro gli ambienti naturali. La sua nuova linea proposta in questi giorni a Pitti è il riflesso dell'impegno per la difesa della natura e del sostegno della maison alla Charles Darwin Foundation nella preservazione delle tartarughe giganti: gli scatti della collezione primavera-estate 2024 sono stati realizzati in Ecuador dal fotografo naturalista Mattias Klum, tra mare e paesaggi di bellezza incontaminata e selvaggia. Cinquanta anni di idee, una corsa che Ricci definisce appassionante e tuttora in evoluzione. La famiglia sempre in primo piano con la passione per le auto, il mare, le emozioni dei viaggi, la ricerca della bellezza, la sapienza sartoriale, la qualità di tessuti e accessori, le tante sfilate organizzate in luoghi d'arte come Palazzo Pitti, gli Uffizi e il Tempio di Hatshepsut a Luxor. E soprattutto un solido lavoro di squadra: «Senza i nostri collaboratori non saremmo mai riusciti a conquistare la fama che accompagna la nostra immagine nel mondo».

— S. P.



▲ Insieme La famiglia Ricci

