

**AZIENDE.** Nei 2 stabilimenti quasi tutte donne. Ogni anno va in visita più volte il presidente tajiko

# Carrera, in Tajikistan lavorano 3.000 persone

L'ad Gianluca Tacchella: «Ma qui in 600mila ci chiedono un posto»  
In Italia si realizza circa l'80% dei 50 milioni di euro di fatturato

«Seicentomila persone vorrebbero lavorare per noi, le nostre fabbriche ricevono 6-7 visite l'anno del presidente, che ci usa per dimostrare che il suo Paese è all'avanguardia industriale»: così Gianluca Tacchella, ad di Carrera Jeans, racconta com'è produrre in Tajikistan, dove il brand ha aperto due fabbriche alla fine degli anni Novanta.

Nei due stabilimenti - uno solo per i pantaloni colorati, l'altro per il denim - lavorano tremila persone, quasi tutte donne, che guadagnano duecento dollari al mese «ma non glieli diamo tutti insieme perché gli uomini sono violenti e inclini all'alcool e le operaie», spiega l'amministratore delegato, «rischie-

rebbero di essere picchiate se tornassero a casa con l'intero stipendio».

Lo scorso inverno nella regione dove si trovano le fabbriche, a un'ora e mezza della capitale, è andata via l'elettricità, «c'erano meno venti gradi e nelle case non si poteva cucinare, così abbiamo allestito delle grandi mense per le operaie e i loro figli».

Quello di Carrera, però, ci tiene a sottolineare Tacchella, non è paternalismo: «Per avere qualità ci vuole rispetto per chi lavora, c'è chi risparmia sulla luce, io metto due faretti anziché uno perché se le operaie perdono la vista i pantaloni non possono essere fatti bene».

La scelta di produrre in Tajikistan, fatta dall'azienda fon-



La sede legale di Carrera a Caldierino

data nel 1965 in Veneto, è dovuta al fatto che «lì c'è il cotone e c'era già una cultura tessile, c'è disponibilità di energia, trasporti e di conversione della valuta e stabilità politica perché non avendo risorse il paese non interessa a nessuno».

Dal Tajikistan, poi, si può accedere al mercato russo senza pagare dazi, anche se il mercato principale di Carrera resta l'Italia, dove si realizza l'80 per cento dei 50 milioni di euro di fatturato. Nel denim uomo il brand si assesta al 6,7 per cento della quota di mercato, grazie a un posizionamento storico sotto i 50 euro.

Ora Carrera lancia nuovi prodotti per dare «un'immagine nuova e più alta al

brand» pur restando nel segmento democratico: sono il modello «Passport» per lui, un jeans comodo come una tuta con tasche nascoste per custodire portafoglio, documenti e cellulare, e il «Legg-jeans» con trattamento all'aloè per lei, con marchio di qualità Vegan-Ok che certifica l'assenza di parti di origine animale.

La sfida sul mercato, Tacchella non lo nasconde, è durissima: «Marchi come Primark hanno un prezzo di vendita più basso del nostro di acquisto e Amazon, che era venuto da noi per fare i jeans, ha messo in budget seicento milioni di dollari di perdita in tre anni per piazzare i suoi denim in posizione dominante sul mercato americano». •



**Ora lanciamo nuovi prodotti per dare un'immagine più alta al nostro brand**

**GIANLUCA TACCHELLA**  
AD DI CARRERA JEANS