

# Il Futuro del Lusso e la Cultura della Prevenzione dal Rischio

22-06-2020



Il futuro del lusso e la cultura della protezione dal rischio. Una rivoluzione in atto. Intervista a due pionieri-protagonisti della Cindynics: la scienza del rischio.

Con il pesantissimo impatto della pandemia sull'economia mondiale e con il conseguente obbligato aggiornamento delle strategie imprenditoriali, necessario per la ripresa della competitività, sono in atto, a livello organizzativo, nell'ambito delle imprese, molti cambiamenti radicali ed emergono nuovi profili professionali, che affiancano e supportano nelle scelte i vertici aziendali in difficoltà: dall'interno, come nel caso dei team di design strategico (abbiamo intervistato, a proposito, Erika Lauro, Senior Product e Strategic Designer della Zalando), o da consulenti, come nel caso degli specialisti della cultura della protezione dal rischio. Questa problematica investe ormai tutti i settori produttivi, compreso naturalmente quello del lusso, di cui ci occupiamo più da vicino. Ecco perché abbiamo deciso di approfondire il tema con due protagonisti assoluti della rivoluzione in atto, due pionieri della cindynics, la scienza del rischio: Genséric Cantournet e Angela Pietrantoni. Rispettivamente presidente e amministratore delegato, nonché fondatori, di KELONY®.

Si tratta di una coppia di imprenditori, a cui si attribuisce questa rivoluzione. **Cantournet**, francese, già ufficiale nell'esercito e nella Gendarmeria della Francia, conta molteplici onorificenze, tra le quali una Croce di Guerra. È stato docente di Business Intelligence e ha ricoperto ruoli in ambiti istituzionali e cariche di alto livello nell'ambito della tutela di grandi aziende.

**Pietrantonì**, italiana, inizia il suo percorso in ambito culturale e artistico, per apprendere prima sul campo, e poi in veste accademica, tutte le discipline utili a proteggere: antincendio, sicurezza sul lavoro, Global Risk management, Crisis Management, Security, Business Continuity, fino a specializzarsi in Criminologia ed essere coinvolta nell'applicazione delle misure anti-terroristiche per il porto di Marsiglia, a seguito degli attentati iniziati in Francia nel 2015.

*Questo 2020 lascerà un segno indelebile sotto tutti i punti di vista. In pochi mesi ci sono stati cambiamenti profondi che, in passato, avevano bisogno di decenni per manifestarsi. Volendo fare una prima analisi, secondo KELONY®, in che direzione vanno il mondo e la società di oggi?*

**CANTOURNET:** già da mesi KELONY® anticipa che il mondo è in una fase di polarizzazione tra tendenze ambivalenti. Da un lato, un'accelerazione della crescente esasperazione e di violenze sociali su una scala senza precedenti e di cui vediamo già le premesse. Dall'altro, si prevede un rafforzamento della presenza degli Stati sia nelle misure di controllo e di sorveglianza delle popolazioni, sia nell'economia per rispondere alle forti esigenze di solidarietà e di protezione dei più vulnerabili.

*In tale contesto ha ancora senso parlare di lusso? Ha un futuro o potrebbe essere "risucchiato" dai cambiamenti epocali ai quali accennavamo?*

**PIETRANTONI:** ha più che mai un futuro, direi. Il lusso è il migliore indicatore dei valori della società, che oggi non è più disposta ad acquisire prodotti e servizi che non siano in linea con i propri ideali, anche di sostenibilità. La prima raffinatezza del lusso non è nell'apparenza, ma nel pensiero: il lusso non riguarda solo ciò che si fa o che si indossa, ma soprattutto ciò che si conosce. Non conoscere porta in sé il rischio della paura e dell'odio. Il lusso invece è un fattore culturale e la cultura oggi tende all'"essere protetti".

*Ciò non toglie che in un momento come questo, soggetto a tali e tanti cambiamenti, tutti i settori – lusso compreso – devono muoversi con attenzione. C'è qualche indicazione specifica che si può dare?*

**CANTOURNET:** in qualità di prima Agenzia di Risk-Rating al mondo, affianchiamo i Consigli di Amministrazione e i Vertici anche nel settore del lusso. Il settore in questo momento deve essere portatore di aspirazione, desiderio e cultura dell'inclusività, cioè cambiare il comportamento delle persone: dai mercati destinati a una élite a quelli di massa su larga scala, promuovendo i Valori "Life First!", cioè proteggere l'uomo e gli ecosistemi nei quali vive.

*Come attuare una tale strategia?*

**PIETRANTONI:** il vero lusso, anche per le aziende del settore Luxury, è essere sicuri di vivere protetti dal Rischio, complessivamente inteso. Serve quindi cambiare paradigma: adottare la Scienza del Rischio, la Cindynics, la sua metrica, il Risk-Rating e i metodi della nuova disciplina di Risk-Neutralisation™.

Il Risk-Rating consente inoltre un migliore Asset Valuation: l'investimento in un bene di lusso

non può essere solo più misurato in termini economici o prestazionali, ma soprattutto per quanto sia protetto. Migliore è il grado di protezione, migliore è l'Asset Valuation.

[https://www.linkedin.com/posts/cantournet\\_the-ultimate-luxury-is-to-live-protected-activity-6680814889738502144-0HQ8](https://www.linkedin.com/posts/cantournet_the-ultimate-luxury-is-to-live-protected-activity-6680814889738502144-0HQ8)