

Diesel è da sempre considerato un brand pioniere nel denim e nella moda casual, famoso perché rifiuta i trend del mercato e perché segue uno stile personale. Negli ultimi anni Diesel si è evoluto nel mondo del casual “premium” diventando una vera alternativa nell’industria del lusso. La filosofia dell’azienda rimane la stessa delle origini, quando Renzo Rosso si era immaginato un brand che diventasse sinonimo di passione, stile individuale ed espressione di sé.

Diesel nasce nel **1978**, con un nome che è facile da capire e pronunciato nello stesso modo in tutto il mondo. All’epoca il *diesel* era considerato “energia alternativa”, capace di trasmettere un approccio innovativo nel mondo del casual. Nel **1985** Renzo Rosso acquisisce completamente il controllo dell’azienda e si circonda di un team internazionale di designers e collaboratori. La prima campagna pubblicitaria della serie “For Successful Living” nasce nel **1991**, origine della fama di Diesel nel mondo della comunicazione. I primi flagship store, a New York, Roma e Londra sono aperti nel **1996**, mentre nel **2000** Diesel acquisisce Staff International, azienda italiana che produce e distribuisce linee di alta moda.

Diesel, oggi, è un’organizzazione internazionale con 19 filiali in Europa, Asia e America che vengono gestite dai propri Headquarters a Molvena, in provincia di Vicenza. L’azienda è presente in più di 80 nazioni, con 5000 punti vendita che includono oltre 400 negozi monomarca. Diesel è parte della holding Only the Brave, che include anche 55DSL (brand legato alla cultura urbana e all’abbigliamento street), Staff International (azienda che produce e distribuisce i marchi Diesel Denim Gallery, Maison Martin Margiela, Sophia Kokosalaki, DSquared, Vivienne Westwood). Nel 2007, il fatturato del gruppo è stato di circa 1,300 miliardi di euro.