

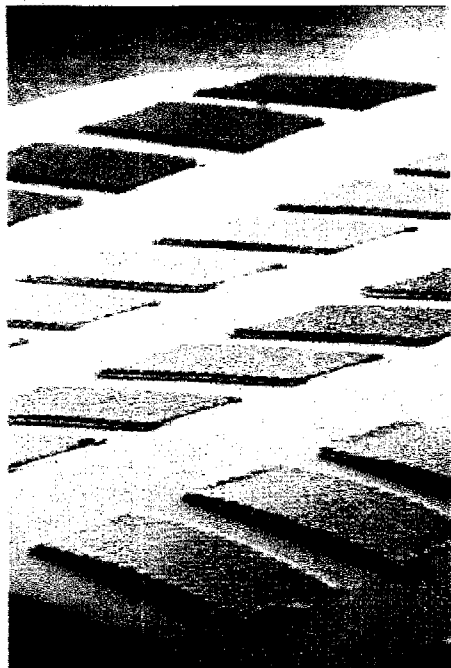
Un modello da circa un bilione di euro

Il Lanificio Luigi Colombo in Valsesia è il principale tessitore di cashmere nel mondo, ma anche uno dei pochissimi modelli produttivi dal filo al capo finito

Daniela Fedi

■ «Ecco una cosa che i cinesi non possono fare». Lo pensi mille volte durante la visita al Lanificio Luigi Colombo nel cuore della Valsesia, la valle alpina in provincia di Vercelli ai piedi del monte Rosa. In questa vallata che è la più verde d'Italia per via delle acque del fiume Sesia, si fabbricano i più bei tessuti della terra: cashmere, vicuña, alpaca, guanaco, cammello e lane superfini. «Noi siamo i principali tessitori al mondo di cashmere, leader nel puro cammello, tra i pochissimi in grado di passare dal filo al capo finito» racconta Roberto Colombo 50 anni, attualmente presidente della società fondata dal padre nel 1960. La carica passerà poi al fratello Giancarlo, 58 anni, al momento amministratore delegato. Quindi tornerà a lui e via così fino a quando in azienda non entrerà la terza generazione. A quel punto probabilmente sarà cambiato tutto nel mondo tranne il paradosso di questo mestiere per cui non esiste più ricambio fuori da quello generazionale. «È impossibile ricreare la filiera integrale del tessile senza avere alle spalle 50, 60 anni di know how e investimenti da capogiro» dice Roberto Colombo spiegando che secondo un gruppo di docenti della Bocconi la valutazione del modello industriale messo in piedi dalla sua famiglia si aggira sul bilione di Euro. Del resto ci vogliono circa tre milioni di Euro solo per comprare le quattro gigantesche ventole posizionate nelle viscere dello stabilimento di Borgosesia per creare una depressione e togliere i peli secchi dalla lavorazione di trama e ordito. «Mia moglie ha raccontato ai nostri figli che lì sotto abita un basilisco molto cattivo come quello della camera dei segreti di Harry Potter» ride il presidente mentre una forza invisibile e allo stesso tempo invincibile trasforma il pulviscolo atmosferico in una specie di lanugine prontamente aspirata dalle grate nel pavimento. «Servono 98 passaggi diversi per passare dal filo alla pezza» spiega davanti a una cassa di cardì pronti per essere montati sulla cardatrice. Non esiste una macchina al mondo in grado di fare lo stesso lavoro di questi fiori spinosi che, una volta essiccati, pun-

gono ancora di più tirando fuori a ogni passaggio il meglio delle fibre. «Bisogna cambiarli ogni due giorni se non più spesso - dice Colombo - si consumano in fretta e ci tocca importarli dal Portogallo dove li coltivano apposta per noi». Inevitabile a questo punto chiedere notizie sullo smaltimento dei rifiuti e sull'ecologia in generale vista la commovente bellezza del panorama prealpino in cui è immerso il lanificio. Lui si offre immediatamente di bere un bicchiere dell'acqua che il loro depuratore può legalmente scaricare nel fiume essendo talmente sofisticato e infallibile da rientrare nella cosiddetta tabella A, la più severa d'Europa. Basterebbe questo dettaglio per capire che in Cina non possono nemmeno capire un simile modello imprenditoriale. «Si basa su valori che diventano cultura mentre la cultura diventa qualità» sostiene snocciolando una serie di primati raggiunti dal lanificio nel corso del tempo. Tanto per dare un'idea sono stati i primi a mettere lo stretch nelle fibre nobili, a fare il denim sul cashmere (più di mille metri venduti nel 1992) e a introdurre speciali finissaggi per cui i tessuti risultano poi zibellinati, invecchiati, delavati e chi più ne ha più ne metta. Nel 1994 hanno utilizzato la tecnologia della cosiddetta fibra cava per produrre il cashmere più leggero che si possa immaginare. Poi hanno creato il mercato delle fibre da pelliccia tessendo il pelo di visone, zibellino, cincilla ed ermellino. Recentemente sono riusciti a mischiare l'oro a 18 carati con le fibre più preziose della terra tipo la vicuña. Come se questo non bastasse da sempre hanno il cosiddetto libro dei mille colori: la più ampia scelta cromatica possibile e immaginabile. Non a caso tra i clienti ci sono tutti i grandi nomi della moda internazionale con un'unica, dolorosissima eccezione: Giorgio Armani. «Era nostro cliente anche lui, c'è stato un malinteso e adesso abbiamo un sogno nel cassetto: tornare a stringergli la mano come fornitori di fiducia» conclude l'imprenditore. La prossima sfida del lanificio Colombo (350 dipendenti e 70 milioni di fatturato annuo) sarà trasferire anche nelle collezioni di abbigliamento e per la casa quel concetto di lusso intrinseco magistralmente espresso da questi tessuti unici al mondo.



Un ritratto di Roberto Colombo che, insieme al fratello Giancarlo, guida l'azienda fondata dal nonno Luigi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.