



Leggerezza. Da sinistra, la giacca da donna Kate, in «cashmere fleece» con bordi in suede e bottoni in madreperla; il giubbotto da uomo realizzato al 100% in Yangir, preziosa fibra della capra Ibex siberica; una delle stole in cashmere e seta più impalpabili di Lanificio Colombo. Qui sopra, alcuni tessuti

Made in Italy. L'azienda di Borgosesia ha chiuso il 2012 con ricavi a 70 milioni

Record nei tessuti pregiati per Lanificio Colombo

L'a.d. Roberto:
«Per il cashmere siamo tornati ai picchi del '94»

Giulia Crivelli

Non c'è risentimento né desiderio di rivalsa nelle parole di Roberto Colombo, energico e appassionato imprenditore che guida il Lanificio fondato dal padre Luigi alla fine degli anni '60. C'è molto orgoglio, però.

«Per molti anni ci siamo sentiti dire che il tessile era un settore maturo e quindi destinato a morte lenta e che chi, come noi, continuava a crederci, sarebbe andato incontro a bruttissime sorprese - racconta Colombo -. Il tessile è un settore maturo, nessuno può negarlo. Ma non per questo è privo di futuro, anzi. Soprattutto se, come abbiamo fatto noi, si mantiene la qualità dei prodotti altissima e si continua a investire in ricerca e sviluppo e nella formazione delle persone. Poi, certo, si può diver-

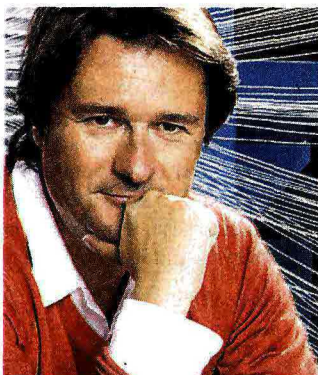
sificare nel prodotto finito, che offre margini più alti rispetto ai tessuti. Abbiamo fatto anche questo e con discreto successo, ma il nostro cuore continua a battere per la divisione tessuti e dalla fine del 2012 sforzi e passione sono stati ripagati».

Lanificio Colombo vende tessuti in cashmere e altri filati pregiati a tutti i più importanti marchi della moda e soprattutto del lusso, italiani e francesi in particolare. Nel 2012 il fatturato è stato di circa 70 milioni, ma per il 2013 Roberto Colombo prevede una rinnovata crescita. «Dalla fine dello scorso anno le vendite di tessuti in cashmere sono aumentate del 100% e quelle degli altri tessuti pregiati del 50%. Se continua così nel 2013 arriveremo a produrre mezzo milione di metri di tessuti in cashmere, una quantità uguale a quella del 1994, che per noi fu un anno record. Grazie al Giappone, che era al suo picco di boom economico, e grazie alla svalutazione della lira che fu fatta in quel periodo e che ovviamente favorì le aziende che esportavamo molto, come il nostro Lanificio».

Questa esplosione della domanda si spiega in parte con la resilienza del settore del lusso (secondo le previsioni di Bain ad esempio nel 2013 ci sarà una crescita del 10% dei consumi mondiali) e in parte, precisa Colombo, con la domanda che viene dalla Cina. «Parlando con i nostri clienti ho capito che i consumatori cinesi sono già diventati dei veri intenditori di lusso: non cercano solo il logo, chiedono prodotti di altissima qualità in tutto, dal tessuto alle finiture

allo stile. Non dovremmo stupirci: è vero che hanno avuto il comunismo, ma è anche vero che prima c'erano stati 3mila anni di storia e di cultura, anche tessile. Nessun regime può cancellare un patrimonio simile».

Nel 2013 il Lanificio di Borgosesia (Vercelli) continuerà a investire in ricerca e sviluppo circa il 6% del fatturato e potenzierà ulteriormente la rete di monomarca. La divisione prodotto finito assorbe il 30% dei ricavi e Roberto Colombo è soddisfatto: «I negozi di Milano e Porto Cervo e quelli che abbiamo in Corea stanno andando molto bene e in giugno apriremo a Roma. Ma non abbiamo fretta, stiamo ancora imparando un mestiere che si è aggiunto a quello di tessuti e tessitori. Spero invece che la politica si renda conto, in fretta, di quanto la nostra filiera tessile, ancora integra, faccia gola a investitori stranieri, francesi in primis. Difenderla dovrebbe essere una priorità per tutti, non solo per noi imprenditori appassionati, che però spesso veniamo lasciati soli».



Al vertice. Roberto Colombo è figlio del fondatore Luigi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

The Borgosesia company finished 2012 with a turnover of 70 Million euros this is a record year for Lanificio Colombo.

As Mr Roberto Colombo administrative director quotes "for cashmere we have repeated the success of 1994.

Giulia Crivelli

There is no resentment or words of revenge in the words of Roberto Colombo, energetic and passionate entrepreneur who leads the woolen mill founded by his father Luigi at the end of the 60's.

There's much pride in this achievement, however "for many years we heard said that the fabric industry in Italy was a sector that had reached full maturity and therefore would be destined for a slow death and those like us who continued to believe in our trade, would face an ugly surprise as Colombo explains, the fabric industry is mature no one can deny this.

But this doesn't negate the fact that as a sector it is without future, indeed, especially as we have done, if one maintains an extremely high quality in our products and if one continues to invest in research and innovation of products and also the training of our people.

Then certainly one can diversify in the development of finished goods, that award us higher margins than just with the production of fabrics.

We have also done this with some discreet success, but our heart continues to beat for our fabric division and since the end of 2012 our efforts and passion have been repaid"

Lanificio Colombo sells cashmere fabrics that have increased dramatically by 100% and other noble fibred fabrics by 50%. If 2013 continues with this growth pattern we will have achieved 500 thousand meters of cashmere fabrics, an amount that equals that of 1994, that was a record year for us.

"Thanks to Japan, that was at the height of its economic boom also thanks to the devaluation of the lira at the time was favourable for Italian companies that exported large volume at that time, as our woollen mill did"

This explosion in demand explains partly the resilience of the luxury manufacturing sector (according to Bain as an example in 2013 there will be an increase of 10% in worldwide consumption) and partly, precisely Colombo, with the strong demand from China.

"Speaking with our customers I understood that the Chinese consumer has really come to understand and really appreciate luxury goods: they don't only look for the logo, they generally and overall ask for the highest quality in everything, from fabrics to finishing.

At the top Roberto Colombo son of founder Luigi as the leader of the design team.

We shouldn't be surprised: it's true they had communism, but it is also true that before this in China there was three thousand years of history and culture, also in fabric production. No regime can cancel such an important heritage similar to this,.

In 2013 the woolen mill of Borgosesia (Vercelli) continues to invest in research and development up to 6% of turnover and is continuing to strengthen the network of monobrand stores.

The finished product segment of the business absorbs 30% of revenues and Colombo is happy about this: "our boutiques in Milan Porto Cervo and Korea are performing very well and in June we open a new boutique in Rome".

"We are however in no rush, we are still learning a metier that is now added to that of fabric manufacturer of fabrics.

I hope however that our politicians come to realize very quickly that our textile industry needs foreign investment especially from France firstly, defending our industry should be everybody's priority and not just entrepreneurs like myself who regularly are left to get on with things on our own.