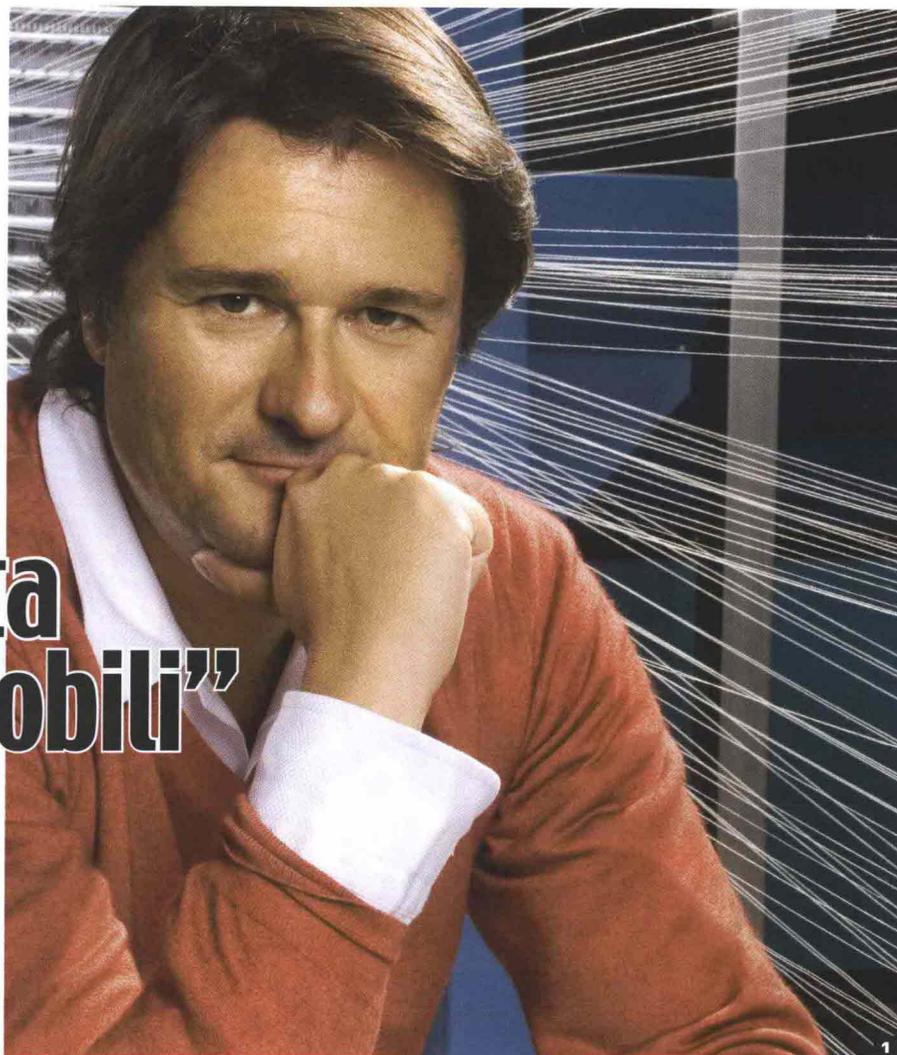


universo **TESSILE**

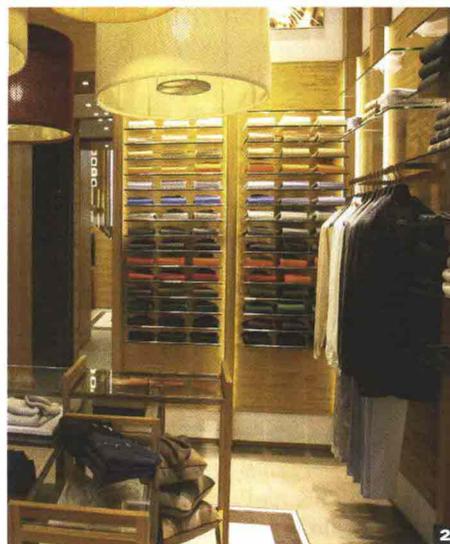
Mercati in crescita per le "nobili" FIBRE

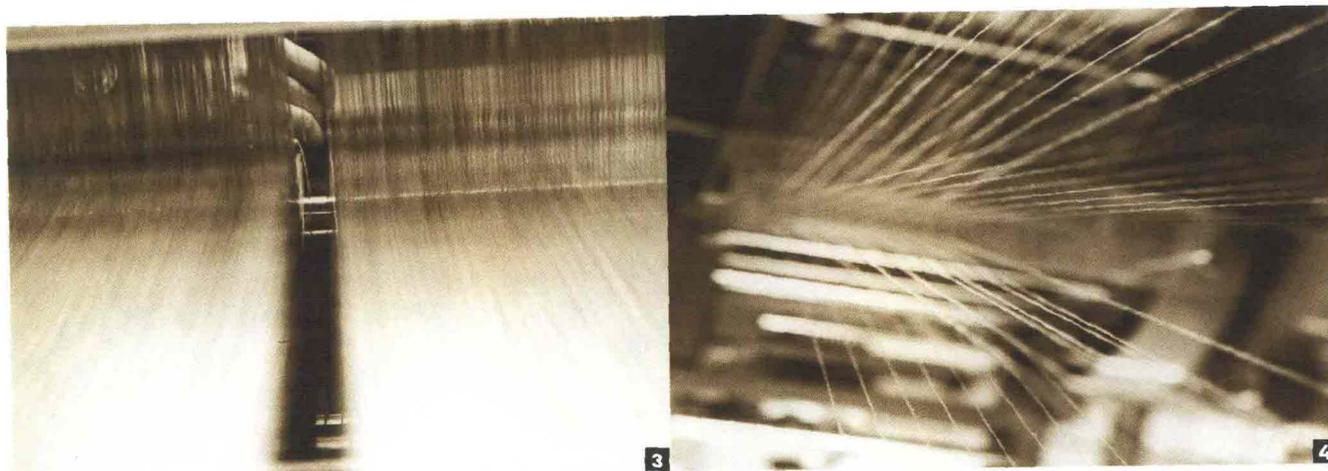
Gli osservatori del settore dicono che a portare a casa le performance migliori sono e saranno sempre più le aziende alto di gamma. La conferma arriva dal Lanificio Luigi Colombo, che ha chiuso l'anno in bellezza, con una crescita di tutti i numeri di bilancio: dal fatturato allo sviluppo della catena distributiva. E ha conquistato il Première Vision Award 2013

di **Marcella Gabbiano**



Lo scenario tessile, negli ultimi anni segnati dalla crisi di mercato, sta evolvendo praticamente in due direzioni: l'alto di gamma diventa sempre più alto, e il medio diventa sempre più basso. Secondo tutti gli osservatori e centri di previsioni, a portare a casa le performance migliori saranno quelle aziende che si sono posizionate molto in alto. Con un prodotto di eccellenza, in continua evoluzione. Lo sa bene Roberto Colombo, amministratore delegato del Lanificio Luigi Colombo, che ha chiuso il 2013 in bellezza, con una crescita di tutti i numeri di bilancio: dal fatturato allo sviluppo della catena distributiva. E conquistando il premio Première Vision Awards 2013. Un successo per lo storico marchio tessile di Borgosesia e , insieme «un successo italiano, in un panorama mondia-





3

4

le dove ancora una volta siamo riusciti ad affermare la nostra capacità di essere innovativi e vincenti grazie alla ricerca e all'eccellenza». Per i portabandiera del tessile "top" made in Italy quali prospettive si delineano? «Già nel 2013 il lusso ha avuto un andamento positivo. Nel 2014 manterrà il trend di crescita. Per quanto riguarda i mercati - racconta Roberto Colombo - la visione macro, in pillole, è che il Far East arresta la sua crescita tumultuosa. Il mercato americano riprende a marciare. L'Europa pure, anche se più in sordina rispetto a Usa e Canada. L'Italia, purtroppo, resta sempre flat. E la Russia continuerà a andare forte, mantenendo i volumi». Classe 1959, studi di economia e una buona dose di volontà imprenditoriale, Roberto Colombo è entrato nell'azienda di famiglia negli anni Settanta, «insieme a mio fratello Giancarlo, il Marco Polo delle materie prime e intraprendente manager della produzione», rafforzando le strategie dell'azienda che da sempre investe molto in tecnologia, ricerca e sviluppo. Ma soprattutto è concentrata nel core business delle fibre nobili. Oggi il Lanificio Luigi Colombo è diventato il primo produttore mondiale di tessuti in fibra nobile (500 tonnellate all'anno tra cashmere, cammello, guanaco, vicuña e tante altre) e un carnet di clienti nella mondo della moda e del lusso che schiera i brand più blasonati. I due storici stabilimenti italiani di Borgosesia e di Ghemme danno lavoro a 340 dipendenti. Dalla fine degli anni Ottanta il Lanificio si è lanciato in una nuova avventura: il prodotto finito con proprie linee di prêt-à-porter, maglieria, accessori e casa. Interpretate con i preziosi tessuti e filati del lanificio, le collezioni si contraddistinguono per la minuziosa ricerca



5

1. Roberto Colombo, amministratore delegato del Lanificio Luigi Colombo 2. Una boutique Lanificio Colombo 3. e 4. Macchinari al lavoro in azienda 5. I cardi, utilizzati per sollevare dolcemente il pelo del tessuto, in modo da esaltarne la tridimensionalità e ottenere un "effetto zibellino"

Oggi il Lanificio Colombo è diventato il primo produttore mondiale di tessuti in fibra nobile, con 500 tonnellate all'anno tra cashmere, cammello, guanaco, vicuña e tante altre

di particolari, dettagli di uno stile senza tempo. «Noi non facciamo moda. Abbiamo la passione di creare cose che valorizzano quello che c'è in ciascuno di noi. La gente è bombardata da una quantità di messaggi. Dobbiamo far passare che dietro un marchio ci sono valori in cui la qualità deriva da una cultura profonda delle persone che ci lavorano». Un marchio che diventa garanzia di un saper fare di qualità. «Il vero lusso ha tempi lunghi. Noi figli che lavoriamo da oltre trent'anni in azienda abbiamo una missione: far crescere l'attività attraverso produzioni di grande qualità e ricerca. Che si tratti di filati, tessuti, prêt à porter o accessori». Per questo le aperture dei monomarca procedono con i tempi, ma anche con le location del lusso: oggi le boutique firmate Lanificio Colombo sono a Milano in via della Spiga; a Roma in via Borgognona; a Porto Cervo, Bergamo, Vienna, Cannes, Saint Tropez, Seoul, Daegu e Busan. In parallelo con lo sviluppo dei flagship diretti, cresce il numero dei department store e selezionati speciality store. Con uno sguardo attento al futuro, «abbiamo creato un'azienda familiare che controlla tutta la filiera produttiva». In pratica, nei due storici stabilimenti di Borgosesia e di Ghemme si concentra tutto il made in Lanificio Colombo: dall'ufficio stile alla scelta delle fibre e alla loro trasformazione in fili e filati, dal tessuto (che richiede in alcuni casi anche 94 cicli di lavorazione), fino al prodotto finito. Di questi tempi, in cui la parola d'ordine per tutti i settori è "crescita sostenibile", Roberto Colombo, con la pacatezza e il pragmatismo che lo contraddistinguono, dice: «Nei nostri stabilimenti abbiamo impianti di produzione certificati tra i più sicuri del mondo».