

Lanificio Colombo, il segreto della ricerca

IL GRUPPO DI BORGOSIESIA NON HA ACCUSATO CALI DI FATTURATO E PREVEDE DI CONTINUARE A CRESCERE ANCHE NEL 2015 GRAZIE A INVESTIMENTI CONTINUI NELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO E NELLA QUALITÀ TUTTA ITALIANA DAI FILATI ALLE COLLEZIONI FINALI

Marcella Gabbiano

Milano

«Ci aspettavamo il peggio. Invece siamo cresciuti». Con la concretezza imprenditoriale che lo contraddistingue, Roberto Colombo inizia così a commentare i risultati 2014 del Lanificio Colombo. E continua: «Nonostante la congiuntura sfavorevole in generale, la crisi del mercato russo e la contrazione di quello cinese a seguito delle nuove regole restrittive sulla distribuzione, abbiamo chiuso il bilancio con una crescita che sfiora il 10% rispetto al 2013, raggiungendo gli 80 milioni di fatturato».

E il 2015, «sarà di nuovo buono. Abbiamo già un portafoglio ordini che ci permette di dirlo», anticipa Colombo che insieme al fratello Giancarlo guida l'azienda di famiglia fondata dal nonno quasi un secolo fa a Borgosesia. Dove ancora oggi si concentra tutta l'attività: dal core business di filati e tessuti alla realizzazione di collezioni di abbigliamento. Attività che dà lavoro a 350 dipendenti e presidia i mercati internazionali con un export che supera il 70% del giro d'affari che, a suon di investimenti in ricerca e sviluppo, continua a espandersi. Questo, «perché il mercato apprezza il lusso intrinseco dei nostri prodotti». Vale a dire? «Il valore di uno stile senza tempo che coniuga l'eccellenza della tradizione made in Italy con la ricerca e l'innovazione». Un mix che ha dato e sta dando risultati importanti. L'ultimo, in ordine di tempo è un tessuto a due "facce": una di cashmere e l'altra di materiale super tecnologico. Viene già utilizzato per realizzare capispalla firmati Lanificio Colombo, «completamente rovesciabili. Così si possono indossare indifferentemente a se-

conda delle occasioni e del tempo che fa».

Altro risultato sul fronte ricerca e sviluppo, «dove da sempre investiamo il 5% del nostro fatturato», è il tessuto a "fibra cava". In pratica è fatto con un filo che al suo interno contiene aria. «In questo modo abbiamo ottenuto tessuti leggerissimi, ma resistenti. L'esempio è qui, ora. Indosso una giacca che pesa 300 grammi, dove 280 sono di stoffa e 20 di bottoni». Se ci aggiungiamo i pantaloni, Colombo è perfettamente *habillé* con un abito che pesa mezzo chilo scarso. Dopo anni di «prove e sperimentazioni, siamo riusciti a ottenere un processo di tinte speciali che danno lo stesso effetto della tintura in capo. Una vera rivoluzione», che trova la giusta sede nella nuova tintoria in costruzione a Borgosesia: «Tremila metri quadrati che ampliaranno l'area dei nostri stabilimenti. Facendo del Lanificio Colombo un'azienda a ciclo completo: dalla creazione del filato alle collezioni di abbigliamento in cui ci siamo lanciati alla fine degli anni Ottanta».

Un business che marcia spedito e oggi rappresenta il 25% del fatturato totale, «ma nei piani di sviluppo prevediamo di portarla quota al 45-50%». Una proiezione fatta sulla scorta delle buone performance ottenute e che hanno portato all'apertura di boutique monomarca in location strategiche come Milano (via della Spiga), Roma (via Borgogna), Porto Cervo, Cannes (sulla Croisette) e nel cuore di Vienna. Poi, l'anno scorso la prima vetrina firmata Lanificio Colombo a Seoul «dove ne apriremo a breve un'altra all'interno dell'Hotel Shilla Arcade. Sempre quest'anno andremo in Cina con tre opening». Ma chi c'è

dietro al successo del *prêt-à-porter*, iniziato con la giacca Kate, diventata oggi l'icona del marchio? A questa domanda Colombo ha sempre risposto che lo stile è affidato a un team di creativi. Questa volta, ha aggiunto: «E' guidato da mia moglie, Caterina». Riconoscendo le sue doti di stilista e, per una volta, facendo qualche concessione alla comunicazione che non sia di numeri e prodotto.



Qui sopra **Roberto Colombo** con il fratello **Giancarlo** alla guida dell'azienda di famiglia



© RIPRODUZIONE RISERVATA