

LUSSO/1

Lanificio Colombo cresce anche nei tessuti

L'ad Roberto: «Il fatturato 2015 aumenterà del 5-6%, la parte prodotto finito è al 25% dei ricavi»

di **Giulia Crivelli**

«Il mio rammarico maggiore? Sapere che le aziende che fanno tessuti di alta gamma in Italia sono meno delle dita di una mano e che molto difficilmente ne nasceranno di nuove. È un peccato perché a rischio c'è un know how antico e prezioso ed è un peccato perché penso che il nostro sia un mestiere bellissimo». Reduce dalle due più importanti fiere tessili europee e forse mondiali - Milano Unica e Première Vision - e forte della campagna vendite di fatto chiusa delle collezioni primavera-estate 2016, Roberto Colombo non si lamenta per l'andamento del 2015, anzi.

«Chiuderemo l'anno con un fatturato in crescita del 5-6% rispetto agli 80 milioni del 2014 e a questo risultato hanno contribuito sia

la divisione tessile, che assorbe il 75% delle vendite, sia quella del prodotto finito», spiega l'imprenditore, che ha ereditato dal padre la guida del Lanificio Colombo, fondato alla fine degli anni 60 a Borgosesia (Vercelli).

«Nei tessuti ci sentiamo sicuri, abbiamo più di 50 anni di esperienza. Ma nell'abbigliamento vogliamo fare le cose passo dopo passo, sia per quanto riguarda le collezioni, sia per la parte retail: sappiamo di avere molto da imparare - racconta Roberto Colombo -. Siamo soddisfatti dei negozi che abbiamo e vorremmo aprire a Londra, la città europea, insieme a Zurigo, con le più alte vendite a metro quadro per i brand del lusso. Però senza fretta: lo faremo quando troveremo la location giusta, a un prezzo accettabile».

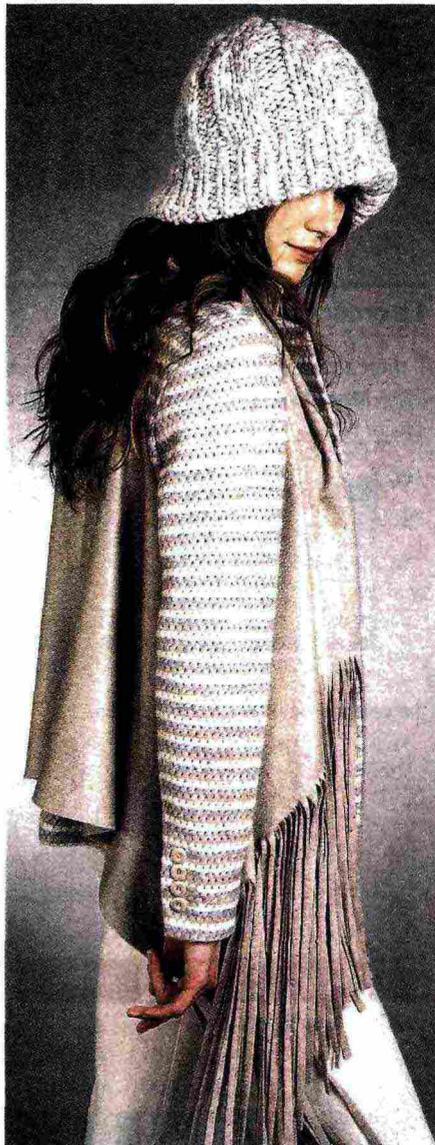
Intanto proseguono gli investimenti sulla parte tessile: entro ottobre partiranno i lavori per la costruzione di un nuovo stabilimento da 3 mila metri quadri, dove si concentreranno in particolare i processi di tintoria. «Abbiamo presentato il progetto nel 2007: c'è voluto molto, troppo tempo per avere tutti i permessi necessari, nonostante si tratti di un investimento da 5 milioni e di un progetto che minimizza l'impatto ambientale e produce occupazione - sottolinea Colombo -. Sono ancora questi i tempi italiani, purtroppo. E spero veramente che, anche su questo fronte, il Paese

sia prossimo a una svolta. Noi imprenditori ci mettiamo tutta la passione necessaria e a volte mi sento un Don Chisciotte, come difensore a oltranza della manifattura italiana e tessile in particolare. Però ci sono momenti in cui ci si chiede se ne valga davvero la pena».

Nel 2015 il Lanificio - che vende tessuti pregiati alla maggior parte dei marchi del lusso italiani e francesi - ha prodotto 500 mila metri di cashmere, eguagliando il record del 2014 e tornando a livelli che non si vedevano dal 1994. «Lo scenario economico e il mondo del lusso erano profondamente diversi - ricorda Colombo -. Nel 1993 il fatturato del Lanificio sul solo mercato giapponese fu di 28 miliardi di lire, cifre impensabili oggi». Anche se il 2015 ha visto in effetti una ripresa del Giappone e una tenuta, a sorpresa, della Russia. «Tra i nostri prodotti, soffrono quelli con un prezzo inferiore ai 1.500 euro, mentre continuiamo a vendere quelli che superano i 3 mila».

Tra le novità, il «cammello color pastello»: «Ci sono voluti 50 chilometri di prove tessuto, ma ci siamo riusciti. Finora il cammello era disponibile solo in una gamma di marroni, adesso abbiamo il giallo, il rosa, il fucsia. Per me sono queste le vere soddisfazioni e i clienti lo hanno apprezzato moltissimo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Frange. Un look Lanificio Colombo per l'autunno-inverno 2015-2016



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 031975