

FIBRE NOBILI

Lanificio Colombo rafforza la mini-filiera

Nel 2016 fatturato
a 80 milioni (+3%)
e una nuova tintoria
da 3mila metri quadri

«Per fare questo mestiere bisogna essere innamorati di tutti gli anelli della filiera, cercando di imparare ogni giorno un segreto sui tessuti e la loro lavorazione, esplorando sempre nuove strade creative e investendo in tecnologia: il tessile non è un settore maturo bensì in continua evoluzione e la moda è, di per sé, proiettata in un perenne futuro». Roberto Colombo, amministratore delegato dell'omonimo Lanificio, vive tra la fabbrica di Borgosesia (Vercelli) e l'ufficio stile, tra il Piemonte e i vari Paesi che visita per assicurarsi le migliori materie prime e per valutare location per i monomarca e seguire i clienti wholesale.

«Da "semplici" tessitori di nobilissime fibre siamo diventati produttori di abbigliamento e accessori e poi retailer - spiega l'imprenditore -. Il primo mestiere, a me e mio fratello, l'hanno insegnato i nostri genitori; gli altri due li

stiamo ancora imparando, ma penso di poter dire che in pochi anni la verticalizzazione ha avuto successo. Nel 2016 il fatturato crescerà del 3% a 80 milioni e le due divisioni, tessile e prodotto finito, seguono gli stessi ritmi».

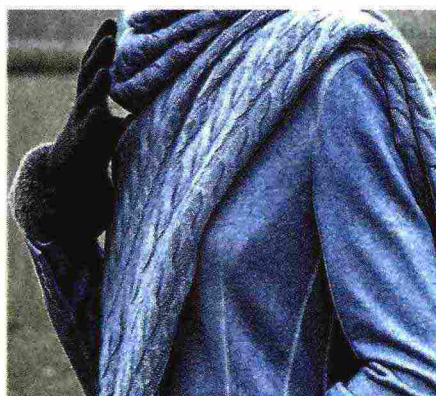
Lanificio Colombo è leader mondiale nei tessuti di alta gamma e lavora con tutti i marchi del lusso italiani e stranieri: i margini sono più bassi rispetto al prodotto finito, però l'azienda continuerà a investire nella parte manifatturiera. Per passione, certo, ma an-

che in un'ottica di medio e lungo termine. «Le nostre collezioni uomo e donna sono uniche proprio perché abbiamo una specie di mini-filiera al nostro interno - spiega Roberto Colombo -. Riusciamo a essere più flessibili e innovativi e ad avere un ottimo rapporto qualità-prezzo, che è alla base della rapida crescita degli ultimi anni e che, credo, sarà sempre più importante in futuro. Persino chi può permetterselo non ha più voglia di spendere 2-3mila euro per un golf di cashmere».

Entro qualche mese sarà completata la nuova tintoria: 3mila metri quadri attrezzati con le più avanzate macchine tessili. Un investimento da sette milioni che si affianca a quelli fatti nel retail. «Nel 2015 abbiamo aperto due negozi in Cina che stanno andando molto bene, come quelli in Corea - conclude Colombo -. Nel 2016 non sono previste altre boutique, a meno che non capitino occasioni imperdibili nelle strade del lusso. Continueremo ad affinare il servizio e lavoreremo sull'e-commerce. Il mercato ci ha premiati: vista l'incertezza globale pensavo di chiudere le campagne vendite per la P-E 2017 e l'autunno-inverno successivo in calo, invece siamo cresciuti del 2% e 5%».

- G.Cr.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Cashmere.** Look per l'autunno-inverno 16-17