

Espansione

# Lanificio Colombo investe 8 milioni nella produzione

Il gruppo tessile da 80 milioni di fatturato (+4%) ha realizzato una nuova tintoria di 3 mila metri quadrati per difendere il suo primato «È stato un atto di coraggio ma credo che se oggi un'azienda non punta ad ammodernarsi rischia di perdere la grossa sfida dell'internazionalizzazione», ha spiegato Colombo. **Chiara Bottoni**

**E**sistono ancora imprenditori che confidano nella bontà di investire sul Made in Italy. Uno di questi è **Roberto Colombo**, numero uno del **Lanificio Colombo**, realtà di Borgosesia (Vercelli) da 80 milioni di euro di turnover 2016 (+4%), che ha deciso di stanziare circa 8 milioni di euro nella realizzazione di una nuova tintoria di 3 mila metri quadrati per confermare un primato che vede l'azienda tra le prime tre industrie tessili più moderne in Europa. «È stato un atto di coraggio ma credo che se oggi un'azienda non investe per ammodernarsi rischia di perdere la grossa sfida dell'internazionalizzazione», ha spiegato a **MFF Colombo**. «Abbiamo fatto questa operazione per offrire un servizio speciale e garantire una qualità eccelsa ai nostri clienti». Clienti tra cui compaiono i principali marchi della moda italiani e internazionali. «La divisione tes-



Un look Lanificio Colombo

sile rappresenta ad oggi il 75% dei nostri ricavi», ha proseguito Colombo, «temevamo un rallentamento negli ultimi mesi, in quanto il sell-out del prodotto finito è

stato in sofferenza, ma abbiamo avuto la piacevole conferma che i clienti di fascia altissima non hanno subito contraccolpi. Per il 2017, abbiamo un portafoglio ordini in crescita del 5%, una premessa discreta che speriamo di poter confermare per tutto l'anno». Il restante 25% del fatturato è realizzato invece dalla divisione prodotto finito. «Stiamo crescendo passo dopo passo in maniera sana, come abbiamo fatto negli anni con la divisione tessile», ha poi detto Colombo. Le collezioni uomo e donna del marchio sono oggi distribuite attraverso il wholesale e una rete retail che conta dodici boutique di proprietà. «Nel 2016 abbiamo aperto uno store a Pechino e nel 2017 toccherà a Shanghai», ha concluso l'imprenditore, ricordando anche la crescita dell'e-commerce, gestito direttamente, che oggi pesa per l'8% sul fatturato. (riproduzione riservata)

