

## La storia/Tessile

# Un filo di lana per arrivare fino in Cina

## Lanificio Colombo: negozi monomarca nell'ex Celeste Impero

**D**agli anni Sessanta del secolo scorso vende tessuti pregiati ai più importanti marchi della moda. Dalla fine degli anni Ottanta ha deciso di entrare anche nel mercato del prodotto finito con proprie linee di prêt à porter, maglieria e accessori, puntando sempre sull'alto di gamma.

Lanificio Colombo ha vinto entrambe le sfide e anche nel 2013, anno archiviato con un giro d'affari di 76 milioni, in crescita del 10%, ha consolidato la sua leadership nella produzione mondiale di tessuti in fibre nobili. L'azienda di proprietà della famiglia Colombo, fondata da Luigi, nato in una famiglia di industriali di Saronno, ma allevato dagli zii titolari di un'azienda tessile, è riuscita a ritagliarsi un ruolo da protagonista in una nicchia di mercato ed esporta oggi la sua produzione in tutto il mondo.



**Erede**  
**Roberto Colombo**  
guida  
la società  
assieme al fratello Giancarlo

«L'export rappresenta ormai quasi il 90% del giro d'affari — spiega Roberto Colombo, alla guida della società insieme al fratello Giancarlo —. I paesi dove fatturiamo di più sono Germania, Francia e Gran Bretagna in Europa, Cina, Giappone, Hong Kong e Corea del Sud nel Far East, più Stati Uniti e Canada. Proprio grazie ai risultati ottenuti sui mercati internazionali, il gruppo punta nel 2014 a mettere a segno un'ulteriore crescita del 10%».

Lanificio Colombo acquista le materie prime in luoghi lontani (laine superfini in Australia, vicuña,

guanaco e angora in Argentina, Perù e Cile, cachemire e camelhair in Mongolia) e le trasforma in tessuti e prodotti finiti nei suoi stabilimenti di Borgosesia e Ghemme, in Piemonte, «dove sono concentrate tutte le fasi della filiera, dalla lavorazione alla produzione, dallo studio dei materiali al centro stile», aggiunge Colombo.

Uno dei fattori chiave del successo dell'azienda è la politica di continui investimenti in alta tecnologia (l'età media dei macchinari non su-

**90%**

La quota di export sul fatturato del Lanificio Colombo, pari a 76 milioni. Per il 2014 sono previsti ricavi in crescita del 10%, anche grazie all'apertura di nuovi negozi in Corea del Sud e Cina

pera i cinque anni, mentre di recente è stato «staccato» un assegno da 5 milioni per la costruzione della nuova tintoria a Borgosesia, pronta alla fine del 2015) e in ricerca e sviluppo (ogni anno il gruppo produce 100 chilometri di campioni e prototipi).

Il 75% del giro d'affari è garantito dalla vendita dei tessuti ai nomi più conosciuti del fashion internazionale, il restante 25% spetta alla divisione prodotto finito. La società, per incrementare il business in quest'ultima area di attività, ha deciso di puntare su una catena di store monomarca. I capi di abbigliamento firmati Lanificio Colombo (prezzo medio compreso tra i 1.500 e i 3.000 euro) sono così venduti in 13 punti vendita di proprietà, in città come Milano, Roma, Porto Cervo e Cannes, nonché in negozi specializzati e in grandi magazzini. «In Corea del Sud i monomarca sono quattro e altri due se ne aggiungeranno nel corso dell'anno. Nel 2015 invece — conclude Colombo — apriremo a Londra e in Cina».

**ANDREA SALVADORI**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

