

LORO PIANA, IL LUSSO SI FA CON LA RICERCA. NON CON LA BORSA

L'imprenditore biellese ha portato l'abbigliamento del gruppo da 30 a 240 milioni in dieci anni

«**P**referisco andare in giro a comprare balle di lana invece di pensare ai roadshow». Per **Sergio Loro Piana** nel futuro dell'azienda di famiglia non c'è la quotazione in Borsa perché, ha spiegato l'imprenditore del cashmere, «credo più agli uomini che alle trimestrali». Non che i numeri non siano importanti, specie se dichiarano crescite vertiginose. «Dieci anni fa eravamo conosciuti per i tessuti in Tasmania, avevamo due negozi in tutto, e un fatturato di 30 milioni di euro. Nel 2003 il prodotto finito è arrivato a un turnover di 110 milioni di euro, i negozi sono diventati 50 e i dipendenti 1.600. Oggi, lo stesso prodotto finito che abbiamo nel frattempo chiamato *Luxury goods* chiuderà il 2007 con 240 milioni di euro (l'intero gruppo Loro Piana prevede di archiviare l'esercizio in corso a quota 410 milioni, ndr), i negozi sono 107 e i dipendenti sono oltre 2 mila». Il segreto del successo a doppia cifra sta nella capacità, secondo l'imprenditore biellese, di coniugare artigianalità e grandi numeri, di fare prodotti di alta gamma, fruibili ed esclusivi. Come i capi realizzati con il nuovo baby cashmere, ottenuto pettinando il sottovello dei cuccioli delle caprette allevate in Mongolia: «Ci abbiamo messo dieci anni per produrre i nuovi filati, ma ne valeva la pena». Non c'è Borsa ma non c'è neanche un designer nel futuro di Loro Piana. «Abbiamo circa 70 persone che si occupano di prodotto e tra loro

ci sono persone competenti che lavorano esclusivamente per lo stile, anche se non sono designer di grido», conclude Sergio Loro Piana. (riproduzione riservata)

Michela Zio



Da sinistra, Gildo Zegna, Sergio Loro Piana e Diogo Della Valle