

PLEIADI

N° 69 - Semestrale - Ottobre 2016

CREVALMAGAZINE

UN WEEKEND A...

**Su e giù per la Penisola
immersi nella natura**



PRODOTTI E PROGETTI

**Bancaperta,
l'evoluzione digitale
continua**

L'AZIENDA

**Colmar,
la manifattura
leader nel mondo**

COLMAR & SCI

il binomio perfetto

Il marchio brianzolo ha campeggiato sulle tute dei più grandi italiani di questo sport, da Thöni a Gros, da Tomba a Deborah Compagnoni. E ora veste anche i golfisti



Dalla produzione di cappelli ai successi a livello internazionale sulle piste da sci. La storia della Colmar di Monza è sicuramente l'emblematico esempio di un'impresa che ha saputo crescere e affermarsi, magari anche modificando assetto e produzioni, seguendo le indicazioni del mercato e, soprattutto, proponendo innovazioni che hanno incontrato le esigenze del pubblico.

Ed è anche una storia profondamente legata al mondo dello sport: prima allo sci, con il suo logo che ha campeggiato sui podi più alti di tutte le discipline e di tutte le manifestazioni, dalle Olimpiadi ai Campionati Mondiali, e poi al golf, dove si è affacciata negli ultimi anni sponsorizzando alcuni nostri campioni.

Ne parliamo con il presidente Mario Colombo che, insieme ai cugini Giulio e Carlo, amministratori delegati, guida l'azienda brianzola.

Partiamo dalle origini. Come nasce la Manifattura Mario Colombo? Quali erano le prime produzioni? E chi decise l'acronimo "Colmar"?

«La Manifattura Mario Colombo & C. è stata fondata a Monza nel febbraio del 1923 dal nonno Mario Colombo che, dopo aver lavorato in un'azienda produttrice di feltro (per il quale la zona rappresentava un polo strategico), decide di aprire la propria realtà industriale insieme alla moglie. E' lui che ha stabilito il nome Colmar, ed è l'acronimo del suo cognome e nome COL(ombo)MAR(io)».

COLMAR

Alta Colmar Sportivamente
Dino Coli



« Il decollo del marchio avviene con le produzioni per il mondo dello sci. Come nasce questo legame che oggi è più che mai indissolubile e, si potrebbe dire, identificativo della vostra azienda? »

«Con la fine della Seconda Guerra Mondiale e la ripresa economica lo sci fa capolino nelle gite fuoriporta degli italiani che, per sciare, usano proprio quelle tute da lavoro. E' da questa particolarità che la Manifattura inizia a produrre capi d'abbigliamento sportivo con il marchio Colmar. In particolare, l'azienda si specializza nell'abbigliamento da sci grazie all'incontro con il grande campione Zeno Colò che, con un abbigliamento aerodinamico, studiato appositamente per lui, vince i Mondiali di Oslo».



« Quali sono stati i prodotti che più vi hanno identificato nel settore dello sci? »

«Direi di andare per annate. Innanzitutto il 1952: si avvicinano le Olimpiadi di Oslo (Norvegia) e Colmar viene incaricata di vestire gli Azzurri. In azienda, dopo un fortuito incontro in treno con Angelo Colombo, arriva Zeno Colò. Stufo delle giacche che si gonfiano come palloni, rallentando le discese, vuole qualcosa di nuovo e aerodinamico. Tutto il reparto sartoriale si attiva ascoltando i suggerimenti dell'atleta e le sue richieste. Nasce così la Guaina Colò, la prima giacca a vento in nylon aerodinamica e aderente con i fianchi e le gomitiere in tulle bielastico. Gli anni '70 sono quelli della Valanga Azzurra: Thöeni, Schmalzl, Gros, Radici, Stricker, De Chiesa. A loro la Colmar regala tenute da gara invidiate da tutti. Lo sci diventa lo sport del momento e la nostra azienda sale



Sopra, un capo storico della Colmar. Sotto, il presidente Mario Colombo. Al centro i campioni della Valanga Azzurra Gustavo Thöeni e Piero Gros.

Nella pagina a fianco, in alto una spedizione sulla Cordillera Ande Boliviane del luglio 1967 e, sotto, i campioni Alberto Tomba e Deborah Compagnoni al Parallelo di Natale del 1992 a Pontedilegno.

... sul podio con i fuoriclasse italiani alle Olimpiadi di Sapporo, di Innsbruck e ai Mondiali di St. Moritz. La ricerca si fa sempre più serrata, attenta ai materiali, alle linee, ai piccoli dettagli. Per vincere la sfida con i centesimi di secondo, i modelli da gara entrano nelle gallerie del vento della Fiat e della Moto Guzzi, mentre le fibre vengono testate in collaborazione con il Politecnico di Milano. La guaina da gigante viene battezzata da Stricker con il nome di "Ceffa". E Ceffa sarà. »



I fratelli Giancarlo e Angelo Colombo in occasione del 75° Anniversario della Manifattura Mario Colombo. In basso, il campione del chilometro lanciato, Luigi Di Marco a Cervinia il 18 luglio 1964 in occasione del suo record mondiale

◀ Nel decennio successivo si affaccia in azienda la terza generazione Colombo: Mario, Giulio e Carlo hanno nei cromosomi la passione per lo sport, lo sci. La neve è un'amica di famiglia. Colmar fa entrare nel guardaroba l'esuberanza della linea "Spacerace" e progetta una straordinaria giacca multifunzione, la "Bormio", in onore dei Mondiali del '85. Poi, negli anni '90, è protagonista la linea "Technologic". Il nome sottolinea la vocazione ad anticipare i tempi, con capi innovativi per materiali e soluzioni tecniche».

Quali sono le maggiori innovazioni da voi introdotte?

«Sono tante in tutti questi anni di attività, ma vorrei concentrarmi su quella attualmente più importante che è l'applicazione su un tessuto del G+, il Grafene realizzato da Directa Plus in modo del tutto ecologico che, per la prima volta (da noi), è stato messo su un capo. Le caratteristiche sono incredibili tra cui la proprietà di conduzione del calore "catturando" la temperatura corporea di ciascuno, trattenendo il calore necessario

se freddo ed eliminando quello in eccesso se caldo; proprietà tribologiche (aria e acqua che scivolano più velocemente), e proprietà antibatteriche superiori».

Ci sono stati capi d'abbigliamento grazie ai quali sono stati ottenuti risultati sportivi importanti?

«Alle finali di Coppa del Mondo della passata stagione, tre atleti francesi - che noi sponsorizziamo - hanno fatto un podio tutto bianco rosso e blu con le tute in Grafene».

Sono molti i campioni che hanno vestito i vostri capi: quali vi hanno dato più lustro e sono stati importanti per l'affermazione del vostro marchio e quali ricorda con più simpatia?

«Abbiamo avuto delle stagioni irripetibili e indimenticabili con Alberto Tomba e Deborah Compagnoni. Poi ci sono tutti gli sciatori della Valanga Azzurra, alcuni di loro fanno ancora parte della famiglia Colmar e sono miei cari amici: parlo di Paolo De Chiesa e Piero Gros».

Nel settore della pubblicità e delle sponsorizzazioni in generale, fondamentali per la vostra affermazione, siete stati innovativi con il Colmar Show: di chi era stata l'idea?



Anche l'Happy Hour dei Mondiali di Bormio fu un'iniziativa di successo...

«Il Colmar Show fu ideato da mio zio Angelo Colombo che, insieme a mio padre, ha condotto l'azienda fino a qualche anno fa; l'Happy Hour dei Mondiali è stata, invece, una mia idea».

Dallo sci al golf: com'è nato il nuovo abbonamento?

«E' nato perché la sinergia tra i due mondi e chi pratica questo sport è conosciuta. Moltissimi sciatori sono anche giocatori di golf e viceversa. Dal punto di vista poi dell'innovazione, del design e della tecnica dei capi per noi è stato facile mutuare il nostro know how da uno sport all'altro».

Avete puntato soprattutto sui giovani...

«Abbiamo molti giocatori importanti che supportano il nostro brand in campo tra cui Edoardo Molinari, lo spagnolo Alejandro Canizares e Renato Paratore. A tutti loro auguro ovviamente di accrescere il loro successo e di stare sempre in forma».

Non metto in dubbio che sia un esperto sciatore, ma gioca anche a golf? Handicap?

«Gioco, gioco. Ho un handicap 18».

Veniamo all'azienda, ci può dare qualche numero dimensionale: quanti dipendenti, fatturato, presenza all'estero...

«Attualmente sono impiegate circa 250 persone, il trend di crescita è buono, siamo molto soddisfatti. L'Italia rimane il principale mercato



di riferimento, ma stiamo avendo ottime performance anche nei Paesi esteri. Il fatturato dello scorso anno si attesta sugli 80 milioni».

La vostra è un'azienda strettamente familiare, come molte imprese brianzole: volete continuare su questa linea?

«Siamo orgogliosamente contenti di mantenere questa dimensione. Io, insieme ai miei cugini Giulio e Carlo, amministratori delegati, rappresentiamo la terza generazione. Da circa 6 anni è entrato in azienda mio figlio Stefano con la carica di Marketing Manager ed è il primo della quarta generazione».

Se dovesse pensare alla Colmar tra vent'anni, cosa vede?

«Fra venti non lo so, ma fra dieci vorrei che Colmar avesse la stessa penetrazione dell'Italia anche nei Paesi esteri».

A fianco, un modello storico di Colmar. Sopra, il giornalista Rolly Marchi e Mike Bongiorno presentano uno sciatore junior ad una gara Colmar