

È uno dei quattro-cinque migliori produttori di abbigliamento maschile del mondo. Lo scorso anno ha realizzato un fatturato superiore a 130 milioni di euro, con un utile netto di 3 milioni. Alla Borsa

Corneliani: il cavaliere resta in sella

LEADER GLOCALISTI 1

a cura di Guido Vigna

non pensa perché, dice, l'azienda è in grado di autofinanziarsi. Quanto al problema della successione, il settantacinquenne mantovano Carlalberto Corneliani...

Carlalberto Corneliani ha settantacinque anni e li porta splendidamente. Appena un filo, ma proprio un filo, di pancetta, capelli, che in tanti, per la copiosità ben esibita, gli invidiano, appena appena ingrigniti, poche le rughe che gli solcano il viso dominato da un signor naso, un'eleganza, come dire?, nell'abito e nelle parvenze, da indossatore. È, a vederlo e a sentirlo parlare, il miglior manifesto celebrativo del gruppo che ha creato. Perché il suo gruppo, F.lli Corneliani SpA, per chi ama vestir bene e ha i soldi Corneliani e basta, è sinonimo di alta, anzi altissima, moda maschile, di eleganza tout court, perché la parola non dovrebbe mai accompagnarsi ad aggettivi, l'eleganza è l'eleganza e basta. E non soltanto in Italia ma in tutto il mondo, come raccontano i negozi, più di venti, sparsi in quasi tutti i continenti, da Parigi a New York, da Londra a Shanghai, i corner, una quarantina, in luoghi strategici e, soprattutto, le esportazioni, 65% e passa del fatturato che, nel 2005, è stato di 113,7 milioni di euro e quest'anno dovrebbe assestarsi su 130,00. C'è un made in Italy nella moda che trionfa oltre i confini e del quale, pure, poco si parla, perché il made in Italy nella moda è inteso quasi esclusivamente al fem-

minile, e che ha tra i suoi migliori interpreti la Corneliani la quale, a sua volta, continua a identificarsi nel Cavaliere del Lavoro Carlalberto, che nel doppio ruolo di presidente e amministratore delegato resta l'indiscusso numero uno. È vero, sono arrivati i figli e i nipoti, nel senso dei figli del fratello, e tra poco dovrebbero arrivare i figli dei figli e i figli dei nipoti, ma il cavaliere resta il cavaliere, il condottiero, il grande stratega, con molto tatto, non c'è dubbio, ma, insomma, il momento della pensione sembra ancora lontano, perché la Corneliani è la sua creatura, la sua splendida creatura, icona di una storia imprenditoriale che s'è iniziata nel 1958. Tra due anni sarà mezzo secolo della F.lli Corneliani SpA, ma al cavaliere, straordinario ed erudito affabulatore, con la gioia di vivere che gli senti addosso, sembra ieri.

Come ha cominciato?

Diciamo che sono figlio d'arte. Io sono del 1931, quello stesso anno mio padre, Alfredo, diede vita alla Samam. All'inizio era un ricamificio per lenzuola, allora volevano tutti lenzuola ricamate. Poi diventò camiceria e infine si mise a fare impermeabili. Con successo, devo dire. Si arrivò ad



_Carlalberto Corneliani (al centro) tra i due figli, Sergio e Maurizio e i due nipoti Cristiano e Corrado, (rispettivamente il primo da sinistra e il primo da destra nella foto), che collaborano con lui in azienda

avere più di 300 dipendenti. Mio padre aveva grandi intuizioni e non sempre altrettanta fortuna.

Quindi la Corneliani può essere considerata una continuazione della Samam...

Direi proprio di no. La Corneliani è nata nel 1958 e la Samam non c'era più da tempo.

E prima che cosa avevo fatto?

La vita dello studente.

Ovvero?

Liceo scientifico e Politecnico a Milano, due anni di Politecnico. Potevo diventare ingegnere. E invece...

E invece...

I tempi erano grami, bisognava lavorare e lavorai e poi cominciai a pensare di seguire le orme di mio padre. Riuscii ad avere in prestito 250.000 lire e partii con mio fratello Claudio.

Più giovane di lei?

No, più vecchio. Dieci anni giusti. Si è sempre fidato di me. Nacque la Fratelli Corneliani, tre "c", Claudio, Carlalberto Corneliani. Cominciammo, naturalmente, nell'abbigliamento, una vocazione di famiglia.

Che cosa facevate?

Impermeabili di nylon. Allora erano di gran moda e alla portata di tanti. Chi oggi ha sessanta o settant'anni non può averli dimenticati.

E la risposta del mercato ai vostri impermeabili?

Producevamo per conto terzi. Per Coin. Alfonso Coin ci aveva dato fiducia, anzi mi aveva dato, ero stato io a trattare. Ma smettemmo presto di fare impermeabili in nylon.

Perché?

Era una produzione troppo semplice, troppo facile, chiunque con un minimo di attrezzatura poteva azzardarsi. Così decidemmo di passare agli impermeabili in cotone – dico decidemmo perché io e mio fratello Claudio ci siamo sempre mossi in perfetta unità d'intenti – poi agli abiti. Eravamo

ancora nell'ambito dell'abbigliamento maschile e continuavamo a lavorare per conto terzi.

Sempre per Coin?

No. Messi da parte gli impermeabili, per i vestiti abbiamo lavorato per Vitale di Biella, all'epoca uno dei più grandi grossisti italiani. Con Vitale siamo andati avanti per due tre anni. Poi abbiamo cominciato a vendere per conto nostro.

Un cambiamento dettato da cosa?

Dalla voglia di misurarci con il mercato non più sotto mentite spoglie. Se Vitale riusciva a vendere bene i nostri capi, vuol dire che ci sapevamo fare e se ci sapevamo fare perché non andare sul mercato con il nostro nome? E così fu. I risultati ci hanno dato ragione. Oggi Corneliani, nella fascia di mercato medio-alta, è tra i leader mondiali.

Andò subito bene o il rodaggio fu lungo?

Incontrammo subito il favore del mercato. Tant'è vero che la prima sede diventò stretta in pochi anni. E nel 1972 costruiamo questo stabilimento che da solo dà l'idea del successo conosciuto. Ma che ci sia andata subito bene lo racconta un altro fatto, la presidenza degli industriali di Mantova dal 1979 al 1984. Ci si arriva, alla presidenza, almeno a Mantova, se hai un bel passato, un bel presente e un bel futuro. Non dimenticando che di incarichi associativi ne ho avuti parecchi altri...

Per esempio...

La presidenza del Comitato moda per oltre vent'anni e della Federtessile dal 1991 al 1993.

Nella vostra storia c'è anche un'acquisizione...

Sì. Abbiamo preso l'Abital. Nella mia storia imprenditoriale l'Abital resta uno degli episodi più brillanti.

Racconti...

L'Abital era una società della Montefibre e perdeva una barca, ma proprio una barca, di miliardi. Presidente di Montefibre era allora Schimberni, Mario Schimberni che mi contattò. Era il 1976. "Guardi", mi disse, "quest'azienda, l'Abital, è ingestibile, può darmi qualche consiglio?".

E lei?

Non ero in grado di dargli consigli, mi ricordo che gli dissi: "Non sono uno stregone", ma una proposta gliela feci.

Cioè?

Più che una proposta era una sfida. Feci a Schimberni una proposta di questo tipo: se mi avessero dato i pieni poteri all'Abital e in tre anni fossi riuscito a portarla in pareggio, il 51% della società sarebbe passato a me con l'opzione per acquisire il resto del capitale sociale.

Come andò a finire?

Che dopo un anno e mezzo l'Abital era in pareggio.

Dunque, aveva vinto la scommessa...

Sì, però c'erano le perdite pregresse e la Montefibre non aveva alcuna intenzione di ripianare il buco. Non essendoci più capitale in base a un articolo, non mi ricordo quale, del codice civile, non potevo più andare avanti e diedi le dimissioni. E la Montefibre - Schimberni, nel frattempo, era passato alla Montedison reagì mettendo in liquidazione l'Abital e i dipendenti in cassa integrazione. Passò un anno e, spinti dal sindacato che, dopo avermi visto all'opera, di me si fidava, quelli della Montefibre tornarono alla carica. "Signor Corneliani, perché non rientra?" Già, perché non rientrare? Mi consigliai con mio fratello e posi le mie condizioni: se le perdite fossero state ripianate, io mi sarei impegnato a ripartire, assumendo subito circa la metà degli 800 dipendenti messi in cassa integrazione e poi successivamente anche gli altri. Accettarono le mie condizioni, l'Abital tornò ad avere un capitale, riprese a produrre e i cassintegrati tornarono quasi tutti, dico quasi perché non pochi s'erano, nel frattempo, trovati un'altra sistemazione. L'Abital, ovviamente, è diventata nostra. Lo è dal 1980.

Che cosa si fa lì?

Tutto quello che, su licenza, produciamo e vendiamo con il marchio Polo by Ralph Lauren.

Parliamo dell'estero. Dov'è arrivata la Corneliani con gli insediamenti prodotti-vi?

In Romania. In Slovacchia. In Cina. In Romania si fanno pantaloni. In Slovacchia

Un colosso molto familiare

È un'azienda, la F.Ili Corneliani SpA, che più familiare non si può. Il capitale, infatti, è diviso equamente tra i due fratelli, Claudio e Carlalberto Corneliani, che nel 1958 diedero vita alla società. Oggi come ieri al vertice siede il leader indiscusso dell'azienda, Carlalberto Corneliani, nel doppio incarico di presidente e amministratore delegato. E i ruoli chiave sono occupati o dai figli o dai nipoti. Così Corrado è il responsabile tecnico, Cristiano è direttore commerciale per l'estero, Maurizio è responsabile centrale commerciale e Sergio è il creativo. Sovrintende cioè il lavoro che si esprime ogni anno in due collezioni, primavera-estate e autunno-inverno, per le linee del gruppo, ognuna espressiva di un particolare tipo di cliente, vale a dire: Corneliani, Trend Corneliani, CC Collection Corneliani, Nino Danieli. Il successo ha eccitato altre creazioni. Sicché Corneliani significa oggi anche camicie, maglie, cravatte. E, recentemente, articoli di pelletteria, scarpe, cinture, borse da lavoro e da viaggio, il tutto ideato e disegnato dai creativi Corneliani e poi realizzato, sotto la loro regia, in laboratori di alta specializzazione. Tutto ciò sta a spiegare il fatturato 2005. Il consolidato è stato di 113,7 milioni di euro. Nel 2006 si dovrebbe arrivare a 130. Per i prossimi tre anni il piano 2007-2009 prevede un incremento medio tra il 10 e il 12 per cento l'anno.



giacche e pantaloni. In Cina si produce in conto terzi. Attenzione, però, ciò che si fa in Romania e in Slovacchia fa parte delle cosiddette seconde linee. Il mondo Corneliani, in altre parole tutto ciò che è venduto con il marchio Corneliani, esce soltanto da qui, dall'insediamento mantovano. È qui che s'è imposta l'alta qualità di un capo Corneliani ed è qui che si continua a lavorare nello stesso identico modo, votato all'eccellenza, alla ricercatezza. È una produzione sartoriale ed è detto tutto.

Siete soli o in partnership all'estero?

In Romania siamo soli. In Slovacchia il 40% è di un imprenditore locale. Anche in Cina abbiamo un socio, cinese, ma la maggioranza è nostra.

Perché siete andati all'estero a produrre?

C'è un unico motivo: il costo del lavoro. Vuole che le faccia i conti? Bene, se in Italia il costo medio di un mio dipendente è di 18 dollari l'ora, in Cina siamo tra 0,75 e 0,90, parliamo sempre di dollari, in Romania 1,80 e in Slovacchia 2. Credo non ci sia bisogno di aggiungere altro. Tenendo però presente che se è vero che abbiamo decentrato all'estero parte della produzione, è altrettanto vero, mi preme ripeterlo, che oltre i confini si fanno soltanto le seconde linee o capi per conto terzi.

Quanto costa un abito Corneliani?

In Europa, al pubblico, da 800 a 2.000 euro.

Però...

Perché però? Siamo i più bravi e questo è consacrato.

Che cosa avete di diverso?

Tutto. Usiamo i migliori tessuti italiani e inglesi. Poi la linea. E lo stile. E la lavorazione. Un capo Corneliani si distingue già al tatto da tutti gli altri. Aggiunga la nostra rete di distribuzione e comprenderà perché Corneliani è tra le quattro-cinque eccellenze mondiali del settore.

Si ritiene soddisfatto di ciò che ha messo in piedi?

Potrei anche dire di sì, ma in verità penso sempre che si possa fare meglio. Vede, io sono un grande lettore, di cose serie, ci sono domeniche che passo otto nove ore a leggere e più leggo e più, come diceva Socrate, mi

scopro ignorante. Succede altrettanto sul lavoro: credo sempre che sia possibile fare meglio.

Ha qualche rimpianto?

Come imprenditore?

Sì, come imprenditore.

Nessun rimpianto. Le garantisco che, da imprenditore, rifarei tutto quello che ho fatto.

Un pensiero alla Borsa lo ha fatto?

Direi che oggi non ci pensiamo proprio.

E perché?

Per un motivo molto semplice: non abbiamo debiti, ci autofinanziamo. La forza della Corneliani è anche nella crescita, che è stata graduale, permettendoci, appunto, di dosare gli investimenti e, di conseguenza, di non indebitarci.

Mai pensato di avventurarvi anche nella moda al femminile?

Ci abbiamo pensato e ci siamo anche azzardati.

Come Corneliani?

No. Come Abital ed è stata un'esperienza che è durata pochissimo. Abbiamo ritenuto opportuno non aprire troppi fronti. Abbiamo raggiunto l'eccellenza nell'abbigliamento maschile. Riuscire a consolidare le nostre posizioni in quest'ambito è già molto.

Lei ha settantacinque anni. Si vede che è in gran forma. Ma avrà pur pensato a un successore.

Ho figli e nipoti che lavorano in azienda. Vediamo se riusciranno loro a scegliere chi prenderà il timone. Io attendo e osservo. ■■■■

I NUMERI DELLA CORNELIANI

Anno di nascita:	1958
Fatturato:	Nel 2005, 113,7 milioni di euro
Utile netto:	3,048 milioni di euro
Dipendenti:	893
In quali Paesi esteri:	Romania, Slovacchia, Cina