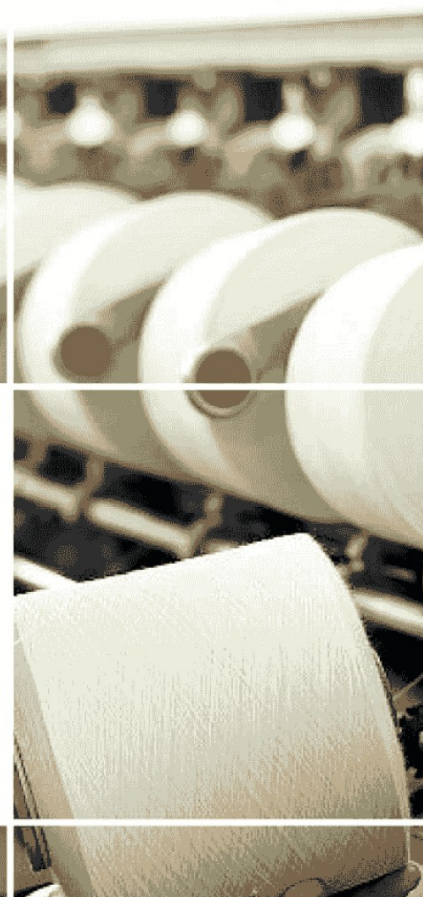




Lanificio Drago
realizzerà
campioni a misura
di cliente che
spedirà in tutto
il mondo. E la filiera
diventa green

COME
UN VESTITO
NUOVO



Un vestito a misura d'ambiente

Sono gli unici ad aver completato la trasformazione da filatura e vendita a lanificio. E ora c'è tutto il tempo per seguire un nuovo filo nel labirinto dei mercati: quello della customizzazione e del rispetto ambientale. In un territorio dove il distretto tessile sembra impantanato in una crisi senza fine, Drago Lanificio in Biella ha compiuto una scelta coraggiosa che l'ha ripagato. Chissà se c'entra la passione per le corse in go kart del suo presidente e amministratore delegato, Paolo Drago. Nel frattempo, tra volante e scrivania, la sua azienda ha visto aumentare i ricavi (dai 33,5 milioni del 2017 ai 37 del 2018) e si prepara a assumere tanti giovani: «I figli dei nostri dipendenti non volevano entrare in fabbrica e oggi dobbiamo convincerli che Biella non è più solo tessile e quel poco che è rimasto sono eccellenze». In città sta nascendo la Wool Textile Academy per formare nuovi addetti e Drago, già sponsor di Biella Master, sta valutando di partecipare. «Il sapere di quest'area è riconosciuto in tutto il mondo, adesso si apre per noi una strada diversa – annuncia Drago –.

Fino a 4 anni fa andavamo a prendere le competenze dai nostri competitor perché non potevamo permetterci di creare nuovi ruoli». Dal 2015 grazie al lavoro che facciamo con Unione industriale e università, i ragazzi li portiamo da noi e li assumiamo».

Quella di Drago è la classica storia di imprenditoria familiare. «Papà e mamma nel 1973 creano una società per la commercializzazione e produzione di filati per la tessitura – racconta il presidente -. io sono entrato nell'82, mia sorella Daniela, che oggi si occupa della parte amministrativa, qualche anno dopo». Nel '93 è nato lo stabilimento di Lessona che produceva per tutti i lanifici del mondo, nel '95 la nostra famiglia è entrata in partecipazione nel lanificio Fintes, di cui sono state poi acquisite le quote dei soci nel 2001». La filati Drago era un'ottima filatura che vendeva ottimo made in Italy, per dirla con le parole del suo presidente, ma con l'invasione delle filature cinesi ed estere si era trovata a combattere contro differenze sensibili di prezzi: gli avversari che ave-

vano spostato le produzioni in estremo oriente scontavano i filati al chilo di 3-4 euro. «Abbiamo scelto di ricalibrare le nostre competenze e fare un lanificio che cogliesse le abilità della filatura e le trasformasse in ottimo tessuto».

Oggi ai tessuti da uomo della Drago lavorano 150 persone tra gli impianti di Lessona (filatura, magazzini, bunch e amministrazione) e Verrone (produzione del tessuto, orditura, rammendo, progettazione). L'export vale il 70% del giro d'affari: Giappone, America, Cina, Germania, Francia e Spagna. Tra i clienti Hugo Boss, Armani, Dolce & Gabbana, Corneliani, Cucinelli.

«Nel mercato dell'abbigliamento maschile sta prendendo sempre più piede la confezione su misura e noi abbiamo creato una divisione che sta facendo investimenti dedicati», rivela Drago. «Creiamo campioni pronti su misura che il sarto può ricevere poche ore

mare nuovi addetti e Drago, già sponsor di Biella Master, sta valutando di partecipare. «Il sapere di quest'area è riconosciuto in tutto il mondo, adesso si apre per noi una strada



dopo averne fatto richiesta ovunque si trovi. Abbiamo creato anche una app per la nostra clientela dove si potrà vedere il tessuto digitalizzato». Il cliente che effettuerà l'ordine a Biella entro le 15, riceverà il tessuto il giorno dopo. «E dove abbiamo vincoli doganali stiamo valutando l'apertura di nostri magazzini. Prevediamo di ampliare la gamma che abbiamo in

portafoglio, attualmente di 900 varianti su misura».

L'altra novità di Drago sarà l'approccio ecologico. Il lanificio investirà per ridurre l'inquinamento e i consumi idroelettrici «e poi stiamo pensando ad alcuni prodotti totalmente certificati "green", già dalla collezione invernale prossima, dalla fattoria dove nasce la nostra lana fino alla

pettinatura e ai coloranti: abbiamo eliminati quelli al cromo, tolto i pfc e i nostri allevatori hanno 10 certificazioni ambientali diverse».

Andrea Rinaldi

Il lanificio Drago apre al «tailor made»: realizzerà campionari pronti che verranno consegnati in poche ore ovunque nel mondo E sta lavorando a prodotti ecologici dalla fattoria alla fabbrica

Chi è

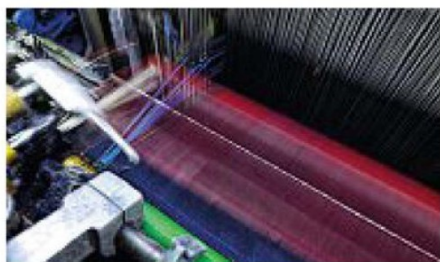


● Paolo Drago, presidente e amministratore delegato di Drago Lanificio in Biella

● La sorella Daniela è vicepresidente

● A fondarla sono stati nel 1973 Umberto e Laura Drago

● Nel 1993 avviene l'acquisizione del lanificio Fintes, che viene incorporato nel 2001



I numeri



Ricavi 2017

33,5 milioni

Ricavi 2018

37 milioni

Export

70%

Clienti: Hugo Boss, Dolce & Gabbana, Armani, Corneliani, Caraceni, Brunello Cucinelli,...

DRAGO®

LANIFICIO IN BIELLA



Addetti:
150



Stabilimenti:
1 a Lessona e 1 a Verrone



Varianti
900

L'Ego - Hub