



Arte, sport e molto coraggio La regina mondiale dei tessuti elasticizzati

Colnaghi Calissoni vince nella globalizzazione

Identikit

Laura Colnaghi Calissoni è presidente e Ad del Gruppo Carvico, leader mondiale per i tessuti elasticizzati. Guida 1000 addetti tra le 2 aziende bergamasche, Eurojersey a Caronno Pertusella, oltre a una società vietnamita e una etiopica. Per 262 milioni di fatturato.

di **Caterina Ruggi d'Aragona**

Avvocato d'affari. Poi imprenditrice del gioiello. Moglie, mamma di due figli. Da 15 anni presidente e amministratore delegato del Gruppo Carvico, leader mondiale nei tessuti elasticizzati. Nel frattempo, 14 volte campionessa mondiale Master di sci di fondo. Laura Colnaghi Calissoni ha già vissuto mille vite. Senza mai abbassare l'asticella. «Mi ha aiutata la formazione montessoriana. Stimoli sempre nuovi, visioni diverse e la possibilità di cambiare strada mi hanno dato una grande apertura mentale», dice.

Faceva l'avvocato negli Stati Uniti quando rapirono la mamma, Anna Bulgari, e il fratello Giorgio. «A 28 anni ho dovuto gestire la trattativa per il rilascio. Qualcosa si ruppe dentro di me: avevo bisogno di cambiare tutto per ritrovare l'equilibrio. Zia Marina, diventata leader del design del gioiello contemporaneo, mi offrì di diventare sua socia», racconta. Altri eventi hanno cambiato il corso della sua vita. Come il matrimonio con Giuseppe Colnaghi, imprenditore bergamasco che aveva fondato la prima azienda specializzata in tessuti per costumi da bagno, che la volle nel consiglio di amministrazione. Rimasta vedova nel 2005, avvisò i figli: «Se avessi trovato un imprenditore capace di affrontare la sfida della globalizzazione assicu-

rando un futuro ai dipendenti, avrei venduto. Non si presentò nessuno». Diventata capoazienda, Laura Colnaghi Calissoni sbarca nel sud-est asiatico. Alle tre aziende del gruppo (Carvico, Jersey Lomellina e Eurojersey), aggiunge una società vietnamita. E poi la Carvico Ethiopia.

Alla produzione per costumi da bagno affianca il tessuto per intimo, camicie, abbigliamento sportivo e confort. Per un fat-



turato di 260 milioni di euro, con 1000 dipendenti. Con cui condivide la passione per l'arte, quella per lo sport («3 giorni a settimana andiamo a pedalare», dice) e per sostenibilità, una delle bandiere aziendali. Per quest'anno, punta a trasformare la disgrazia in opportunità. Senza mai smettere di sciare. E di guardare avanti.

● RIPRODUZIONE RISERVATA