

IL SIGNORE DEGLI OCCHIALI

Inizia tutto ad Agordo, un paesino del bellunese.
È qui che Leonardo Del Vecchio crea e sviluppa il colosso Luxottica
di Gianni Gambarotta

La scintilla che ha fatto diventare Leonardo Del Vecchio il signor Luxottica, principale produttore di occhiali nel mondo, è scoccata nel 1960. A innescarla è stato un grande un brutto guaio. Ad Agordo, nelle Dolomiti del Bellunese, geograficamente vicinissima a Cortina ma la più remota per senso, l'attività principale è costituita da una miniera di pirite. Quell'anno la comunità decise che non era più remunerativa, che le prospettive per il futuro erano scoraggianti e tanto valeva chiuderla. E in effetti cessò l'attività lasciando i disoccupati a casa. Fu come se a Torino di punto i bianchi scomparisse la Fiat: la principale fonte di lavoro non c'era più e questo apriva foschi scenari. Ma a salvare la situazione provvide l'intervento pubblico. Il sindaco di Agordo aveva capito di avere a disposizione le altre attività produttive, sulla falsariga di quanto stanno facendo oggi i governi del mondo per rilanciare le rispettive economie colpite dalla grande crisi della finanza. Qualcosa di simile però l'aveva anche lui: tutti i terreni attorno al paese che erano di proprietà comunale. Gran parte di queste aree il sindaco le mise a disposizione, gratuitamente, di quegli imprenditori che avessero accettato di aprire lì una nuova attività produttiva, creando posti di lavoro e compensando così quelli persi con la chiusura della miniera.

Sempre ad Agordo, paese nel quale era nato nel 1935, viveva un giovane di 26 anni che faceva il garzone o poco più in una fabbrica di componenti metalliche. Si chiamava appunto Leonardo Del Vecchio, non aveva una grande cultura o preparazione professionale: la sua scuola erano stati i Martinitt di Milano, l'orfanotrofio dove avevano studiato prima di lui Angelo Rizzoli, che sarebbe diventato uno dei più grandi editori italiani, ed Edoardo Bianchi,

colle delle bici, delle moto e delle auto (chi è nato prima del 1960 ricorda ancora la mitica Bianchina). Del Vecchio era entrato quando aveva sette anni perché la madre, rimasta vedova, non ce la faceva a tirare avanti con cinque figli da mantenere. Così a Leonardo erano toccati i Martinitt, da dove era uscito con un diploma di intagliatore: era bravo soprattutto a lavorare le medaglie. Con quel pezzo di carta in tasca era tornato ad Agordo e aveva trovato vari lavori, fino a quello nella fabbrica di componenti. Quando arrivò la proposta del sindaco, pensò che fosse l'occasione buona per mettersi in proprio e che ci fossero delle concrete possibilità di riuscita per chi aveva un mestiere in mano, un buon fiuto e moltissima determinazione. Si fece prestare un po' di soldi, prese un'area di quelle offerte dal Municipio, costruì un capannone alla meglio e avviò una nuova attività assieme a Luigi Francavilla, il socio che lo avrebbe affiancato in tutta la sua avventura imprenditoriale. Che cosa si misero a fare i due? Nella zona, nel Triveneto c'erano già delle fabbriche che producevano occhiali. Lui, Del Vecchio, sapeva lavorare i metalli, lavorazioni di precisione. Gli occhiali hanno bisogno delle aste, e Del Vecchio si mise a produrle, a prezzi estremamente competitivi.

Andò avanti così fino al 1968 quando produsse il suo primo paio di occhiali completi, non più solo le aste fatte per altri, ma tutta la montatura sua, tutta Luxottica. Fu un salto di qualità decisivo. Sempre quell'anno andò a Milano, al Mido, la grande rassegna del settore. Lui e Francavilla allestirono qualcosa che assomigliava vagamente a uno stand, era poco più di un banchetto da mercato di due metri per due. Però gli occhiali che erano sistemati lì in mostra piacevano ai visitatori, ai commercianti che andavano in fiera per decidere quali modelli ordinare per met-



■ Uno degli stabilimenti dell'impero di Del Vecchio. Luxottica è una multinazionale da 5,7 miliardi di euro di fatturato, ma gran parte dei processi produttivi è localizzata in Italia

terli poi in vendita nei negozi.

È incominciata così quella che sarebbe diventata negli anni la fabbrica di occhiali più famosa e grande del mondo. Del Vecchio, con il crescere del giro d'affari, ha ampliato il primo capannone, tirato su grazie al sindaco. Ha costruito un vero stabilimento e lo ha via via allargato e lì di fronte, dall'altra parte della strada, ha fatto la sua casa.

Del suo incredibile boom industriale, di come è stato realizzato passo dopo passo, si sa poco. Ma alcuni suoi stretti collaboratori raccontano qualche dettaglio. Per esempio come venivano scelti, stagione per stagione, i vari modelli di occhiali da mandare in produzione. Nello stabilimento era stato creato un grande show room dove in certi giorni venivano esposte i prototipi degli occhiali realizzati dai disegnatori del centro stile. Del Vecchio, seguito da alcuni assistenti, faceva un giro nella stanza e, come un generale che passava in rassegna la sua truppa, indicava con un dito: «Questi sì, questi no, questi nemmeno» e avanti così. Usciva e alcuni commessi toglievano dai tavoli i bocciati, lasciando solo gli altri. A quel punto veniva richiamato Del Vecchio e la scena si ripeteva: lui rifaceva il giro e diceva: «Di questi 10 mila, questi 20 mila, questi 25 mila...». E le sue indicazioni venivano trasmesse alla produzione che eseguiva. Un giorno, durante uno di questi tour, passando davanti a un modello un po' diverso, mai esposto prima, Del Vecchio si era soffermato più a lungo del solito e aveva decretato: «100 mila». L'assistente, sia pur esitando, trovò il coraggio per dirgli: «Presidente, ha detto 100 mila, forse si è sbagliato». Lui lo guardò con i suoi occhi celesti che sanno diventare molto freddi, e gli rispose: «Ha ragione: facciamo 400 mila». Quegli occhiali erano il cosiddetto modello a ma-

schierina: un successo incredibile in tutto il mondo che ha contribuito a far diventare la Luxottica quello che è oggi, un'azienda da oltre 5,7 miliardi di fatturato, con utili in continua crescita, tali che da anni Del Vecchio figura nei primi 40-50 posti nella lista dei supermiliardari del mondo stilata dalla rivista americana *Forbes*, la Bibbia del settore. L'azienda di Agordo è cresciuta sia con acquisizioni, sia per via interna. Del Vecchio, senza mai aver imparato una parola di inglese, è sbarcato in forze nel mercato americano. L'ultima acquisizione è stata quella della Oakley con la quale il peso degli Stati Uniti sul fatturato complessivo è salito al 70%. Ha aperto sta-

bilimenti anche in Cina. Ma il cuore del sistema produttivo rimane in Italia, nelle cinque fabbriche del Bellunese e in quelle del Piemonte. In una delle sue rare apparizioni in pubblico, parlando ai suoi colleghi imprenditori del Nordest ha detto: «Io non ho mai pensato a delocalizzare, i tre quarti di tutto quanto vendo nel mondo viene da qui, da casa nostra. Altrimenti che fine farebbe il made in Italy?».

Nel 2004 ha lasciato la guida operativa del gruppo ad Andrea Guerra, il giovane a.d. portato via alla Merloni. Lui è rimasto presidente: continua a seguire la sua azienda, ma ora si dedica anche all'impero finanziario che ha costruito investendo gli immensi utili prodotti ogni anno da Luxottica. La perla più preziosa è rappresentata dalla partecipazione dell'1,9% nelle assicurazioni nelle quali giocherà un ruolo di primo piano quando si ridefinirà l'assetto di controllo. Nel 2005 ha anche pensato a sistemare la sua successione. Il 68,52% di Luxottica che fa capo a lui (il resto è in Borsa) è stato sistemato nella finanziaria lussemburghese Delfin. Di questa, il 16,38% è stato intestato (come nuda proprietà, l'usufrutto è rimasto a lui) a ciascuno dei sei figli avuti dalle prime due mogli e dall'attuale compagna.

Questi, comunque, sono argomenti per il domani. Oggi Leonardo Del Vecchio è in perfetta forma, in piena attività, grazie a rigide regole di fitness: ogni mattina si sveglia alle 4,30 per fare ginnastica. Quando abitava in centro a Milano, nello stesso palazzo dove sono gli uffici della Luxottica, si era fatto costruire lì una palestra personale. Solo così scarica lo stress e recupera le energie per seguire ancora, a 73 anni, le province del suo impero. Che visita regolarmente con il suo jet, un Gulfstream costruito su misura per lui. Così bello - dicono - che glielo invidia persino Silvio Berlusconi.

BP