

## L'azienda in cifre

PATTERN®

Anno di fondazione

2000

Fatturato consolidato 2018

44 milioni di euro

Margine operativo lordo

4,8 milioni di euro

Marchi acquisiti

Esemplari  
Roscini

Addetti

170

Produzione

30 collezioni  
all'anno

GUSTONETTI - LA STAMPA



LUCA SBURLATI L'ad di Pattern: con la quotazione in Borsa abbiamo raccolto 12 milioni

## “Mancano ingegneri nella moda Così si perdono le competenze”

## INTERVISTA

FRANCESCO RIGATELLI

**D**a molti anni un'azienda torinese non arrivava in Borsa, ma pochi giorni fa ci è riuscita Pattern, fondata nel 2000 da Fulvio Botto e Franco Martorella, specializzata nella progettazione e realizzazione di abbigliamento di lusso, e gestita dall'ad Luca Sbrulati, 49 anni, torinese anche lui, che incontriamo poco dopo la quotazione a Milano.

**Cosa rappresenta per voi questa giornata?**

«Una tappa importante, come aver scalato l'orlo. Per un'azienda come la nostra è un sforzo elevato, che significa controllare tutto, convincere gli investitori e gestire la comunicazione, ma da oggi siamo pronti ad attaccare lo Stelvio». **Quanto avete raccolto?** «Dodici milioni e mezzo. La più grande operazione del settore Ais della Borsa di quest'anno e la prima di un'azienda torinese da parecchio. Speriamo che questo sia un segnale per tante piccole e medie imprese eccellenti. Entrare in Borsa aiuta non solo per i capitali, ma anche per dare un assetto trasparente all'azienda e a renderla più aperta a nuovi partner e ai clienti».

**L'azionariato ora com'è?**

«Un quarto flottante, una maggioranza assoluta dei due soci fondatori, io e Anna Maria Rossini, da cui abbiamo acquisito un'azienda di lusso per donna a Spello (Perugia), come soci



Al centro Luca Sbrulati, ad di Pattern con i fondatori Franco Martorella (sinistra) e Fulvio Botto

di minoranza. Insieme stiamo costruendo il polo italiano della progettazione del lusso».

**Di che si tratta?**

«Come Pattern eravamo specializzati nell'uomo, poi è arrivata la donna e ora intendiamo allargarci ad altre categorie. Il polo della progettazione del lusso vuole riunire competenze che rischiano di scomparire. I modellisti oggi devono essere ingegneri che lavorano con il computer in 3D».

**Trovate i lavoratori adatti?**

«Mancano professionalità specializzate capaci di muoversi con le tecnologie. Il made in Italy rischia di interrompersi davvero sulle competenze. Un modellista ci mette dieci anni a formarsi. Anche per questo vogliamo promuovere un'accademia perché dopo la scuola

professionale sia più facile specializzarsi».

**Lei ha due soci fondatori che hanno saputo prendere un ad dall'estero. Come vi siete trovati?**

«Ci ha presentato un amico comune e ci siamo subito resi conto delle potenzialità possibili. Prima lavoravo in Azimut yacht, come responsabile risorse umane, organizzazione e ad della divisione Atlantic, e ho scelto di sposare la causa di una promettente azienda italiana».

**Quali sono le prospettive dell'abbigliamento di lusso?**

«Costante crescita ed elastica, cioè può succedere di tutto, ma il fatturato dovrebbe aumentare di circa il 10 per cento all'anno».

**Pattern è cresciuta in media**

LUCA SBURLATI  
AMMINISTRATORE DELEGATO  
DEL GRUPPO PATTERN



**Entrare in Borsa aiuta non solo per i capitali, ma anche per rendere l'azienda aperta a nuovi soci**

**Stiamo costruendo il polo italiano della progettazione del lusso. Ma mancano i modellisti**

**Vogliamo diventare leader puntando su approccio hi-tech, più dipendenti ed eco-sostenibilità**

vamente bene, non solo quantitativamente. Dobbiamo realizzare capi straordinari per continuare così. Il problema è la competenza delle persone».

**Ora avete 170 dipendenti, aumenteranno?**

«Erano 35 nel 2011 e certamente cresceranno. L'abbigliamento è rimasta l'ultima industria ad alta intensità di manualità. Per questo tutto ciò che è a basso costo si è trasferito all'estero. Ci sono delle sperimentazioni robotiche sui pan-

taloni, ma i capi di lusso sono difficili da costruire».

**Qual è la vostra specializzazione?**

«Concretizzare e rendere fisica l'idea di uno stilista con 4 passaggi: modellistica, prototipazione della capo, prototipazione da rivedere coi clienti; realizzazione del vestito per la sfilata; da Parigi a Milano e New York e Londra; infine, la produzione in serie limitata per la prima linea delle grandi case di moda. Che vogliono tre cose: tessuti italiani, progettazione e produzione in Italia, per poi vendere all'estero».

**Com'è cambiata la moda?**

«Tanto. Una volta c'erano le stagioni, le precollezioni, le sfilate, poi è arrivata la crisi che ha toccato la parte premium, quella sotto la Formula 1 delle sfilate, e la svolta digital, che ha frazionato le occasioni, moltiplicando le collaborazioni, eventi e ed-urper. Il mondo della moda è diventato più veloce e flessibile e così pure noi, anche se da un lato abbiamo meno picchi e così gestiamo meglio il lavoro».

**Chi è il vostro nemico?**

«La contraffazione e l'italian sounding, che penalizzano le aziende nostre clienti, anche se non tanto al nostro livello».

**E la difficoltà maggiore?**

«I temi doganali, la Brexit che potrebbe influire, i dazi per i nostri clienti: spero di non dover prendere uno specialista doganale. Dall'alto pubblico invece devo dire che non mi allarmano e che Torino, la Confindustria e Banca Imi ci sono state di aiuto. Grazie a quest'ultima ho potuto fare un roadshow nelle capitali europee e ora abbiamo investitori francesi, inglesi e spagnoli».

**Voi collaborate anche con molte università. Cosa studiate?**

«Col Politecnico di Torino esploriamo le possibilità di progettazione 3D, con la Facoltà di Economia la sostenibilità e con la led lo sviluppo dell'innovazione sullo stile».

© M. GUSTONETTI