



PORTRAITS

CATERINA LUCCHI

LA STILISTA CON IL PIGLIO DELL'ALLENATRICE

Caterina Lucchi è una stilista e imprenditrice della pelletteria italiana: lei e il marito, Marco Campomaggi, sono partiti nei primi anni Ottanta facendo borse in una cantina e vendendole su un telo in viale Carducci a Cesenatico. Ora guidano la Campomaggi & Caterina Lucchi Spa, un'azienda da 40 milioni di euro di fatturato

DI ELENA AZZOLA

Caterina Lucchi is an Italian leather designer and entrepreneur: she and her husband, Marco Campomaggi, started making bags in a cellar in the early '80s and selling them on a towel in Viale Carducci in Cesenatico. They now run Campomaggi & Caterina Lucchi Spa, which had a turnover of around 40 million euro in 2016.

Da ragazza, dopo l'istituto magistrale, pensava di frequentare l'Isf, diventare professoressa di educazione fisica e magari allenare una squadra. Anni dopo è una stilista e imprenditrice della pelletteria italiana: insieme al marito, **Marco Campomaggi**, guida la **Campomaggi & Caterina Lucchi Spa**, circa 40 milioni di euro di fatturato nel 2016, tre marchi all'attivo (**Campomaggi**, **Caterina Lucchi** e **Gabs**), 140 dipendenti nella sede di San Carlo di Cesena, e un po' "allenatrice" lo è davvero. «In azienda mi piace preparare e motivare la "squadra" per raggiungere determinati obiettivi: è un aspetto che sento molto mio. Da soli non si fa nulla. Soltanto se tutti ci credono e ci mettono le giuste energie si può arrivare al successo», afferma sicura. Del resto, lei e il marito sono partiti come outsider assoluti. «Provenendo entrambi da famiglie normali, era naturale per noi fare dei lavori estivi quando eravamo



- **Caterina Lucchi** nasce a Cesena il 30 ottobre 1962

- Nel 1980 conosce il futuro marito **Marco Campomaggi**

- Nei primi anni Ottanta la coppia inizia a produrre borse artigianali e a venderle come ambulanti d'estate a Cesenatico

- Nel 1983 nasce la loro azienda di moda: il brand di punta è **Caterina Lucchi**, per il quale viene sviluppato un total look e aperti una quindicina di negozi monomarca

- Nel 2004 il focus della loro impresa torna a essere la pelletteria

- Nel 2006 inizia la collaborazione con il designer **Franco Gabbrielli**, da cui scaturisce la rivoluzionaria linea di coloratissime borse trasformabili **Gabs**: marchio di cui la società di Caterina e Marco acquisisce il 100% delle quote nell'agosto 2016

studenti. Nella nostra zona le opportunità non mancavano - racconta -. Una stagione Marco, che ho conosciuto a 18 anni, si appassiona ad alcune borse fatte a mano in Africa e vuole provare a riprodurle. La prima estate le vende come ambulante con un amico. La seconda mi chiede se voglio essere io la sua socia in questa attività». Caterina e Marco nei primi anni Ottanta producono borse in cantina e le vendono d'estate, esponendole su un telo la sera in viale Carducci a Cesenatico, vicino al Grand Hotel. «Ci stupimmo di quanto piacesse i nostri modelli e di quanto riuscissero a guadagnare e decidemmo di continuare», dice. Da allora la storia della loro impresa ha seguito un percorso arduo e non sempre lineare. «Non avendo una scuola specifica alle spalle, abbiamo dovuto imparare tutto da soli: andavamo avanti per tentativi. Sono stati anni di grande lavoro ma anche di grandi soddisfazioni», commenta. All'inizio il marchio di punta è proprio **Caterina Lucchi**, per il quale viene sviluppato un total look e aperti una quindicina di monomarca. Poi decidono di concentrarsi sul core business: la pelletteria. Un momento importante è rappresentato dalla collaborazione con il designer **Franco Gabbrielli**, insieme al qua-

le mettono a segno la rivoluzionaria linea di coloratissime borse trasformabili **Gabs**. «Lui aveva l'idea giusta, noi il polo produttivo per realizzarla - spiega -. Abbiamo messo insieme le nostre competenze e condiviso gli obiettivi in un rapporto bellissimo. Trovo che in Italia questo non avvenga spesso. Prevalere sempre l'individualismo. Mentre dovremmo imparare a connetterci in modo positivo». Caterina è stata capace di fare scelte di vita vere. Quando sono nati i figli della coppia, **Sofia** nel 1994 e **Nerio** nel 1997, ha deciso di fare per prima cosa la mamma. È tornata a tempo pieno in azienda, e a dedicare energie al suo marchio, quando i bambini sono diventati più grandi. Il suo brand ora è in fase di crescita: alla prima linea in pelami pregiati e dallo stile molto femminile ma con un tocco sempre grintoso, affianca dall'autunno-inverno 2017/2018 una proposta più pulita, quotidiana e di fascia prezzo media. «Avere i miei figli un giorno al lavoro in azienda è un'idea che mi piace - dice pensando al futuro -. Sofia si sta formando al **Polimoda** di Firenze, ma per il momento non c'è fretta. Cerchiamo di coinvolgerli, di renderli partecipi, ma di non catapultarli nella Campomaggi & Caterina Lucchi Spa». ■