



1 - Leonardo Del Vecchio (nato a Milano il 22 maggio 1935) con un paio di occhiali della sua collezione privata del 18° secolo.  
 2 - Lo stabilimento Luxottica di Agordo (Belluno) in una foto del 2006.  
 3 - Leonardo con il primogenito Claudio (53 anni) all'inaugurazione del negozio Brooks Brothers a Milano.  
 4 - Leonardo con la figlia Marisa, curatrice del Museo dell'ottica e degli occhiali di Agordo.  
 5 - Il fondatore della Luxottica con un dipendente.



# QUELL'UOMO SOLO CHE VIDE LONTANO

La sua Luxottica è una potenza mondiale, e lui non è più il "miliardario sconosciuto". Ma la riservatezza è rimasta quella di 50 anni fa, quando **Leonardo Del Vecchio** aprì tra le Dolomiti il proprio laboratorio.

di **Marco Ferrante e Silvia Bernasconi**

**R**accontano che un giorno, durante la scelta dei modelli da mettere sul mercato che si svolgeva ad Agordo (con accento sulla "a") con puntuale ritualità quattro volte l'anno, Leonardo Del Vecchio stava passando in rassegna i vari occhiali e stava dando istruzioni sulle quantità da produrne per ciascun tipo quando, a un tratto, davanti a un modello più grande e insolito degli altri, tra lo sgomento dei suoi collaboratori, sentenziò: «Di questi, ne facciamo 500 mila». Era un numero ben al di sopra della media alla quale erano abituati. E fu così che gli occhiali a mascherina divennero di moda. In questa storia un po' leggenda è racchiusa almeno una parte del successo di Leonardo Del Vecchio, il martinitt che ha sfidato Wall Street, ha messo in piedi una multinazionale degli occhiali (della quale è presidente e azionista di maggioranza) che si appresta a compiere l'anno prossimo mezzo secolo di attività ed è diventato uno dei sessanta uomini più ricchi del mondo (il secondo in Italia). Con un fatturato netto di 5,1 miliardi di euro nel 2009 e 60 mila dipendenti nel mondo, Luxottica è oggi il primo produttore mondiale di occhiali di lusso e sportivi.

SETTANTACINQUE ANNI, INTUITIVO, GENIALE DELLA GENIALITÀ OPERATIVA DEI MAGNATI, SOLITARIO, OVVIAMENTE RISERVATO (ma questo è quasi un modo di dire quando si parla dei super-ricchi), caparbio «come le montagne in mezzo alle quali ha fatto fortuna», dice un amico. La sua è una di quelle storie esemplari del miracolo economico italiano. Nato a Milano nel 1935, orfano di padre, è cresciuto nel collegio dei

Martinitt, un'istituzione per la città meneghina fin da quando nel lontano 1532 frate Girolamo Emiliani iniziò a raccogliere e ad assistere gli orfani. Tra queste stanze prima di lui sono cresciuti anche Angelo Rizzoli ed Edoardo Bianchi (quello della mitica bicicletta Bianchina). Il nome, in origine prende spunto dalla prima sede del collegio, la chiesa di Santa Martina a Porta Nuova.

**IN COLLEGIO IL PICCOLO LEONARDO IMPARA UN MESTIERE, FA L'INCISORE.** A quattordici anni trova lavoro come garzone in una bottega che stampa medaglie e contemporaneamente frequenta corsi serali di disegno e incisione all'Accademia di Brera. Diventa bravo e decide di mettersi in proprio. Viene a sapere che ad Agordo, paesino incastonato in mezzo alle Dolomiti, nel bellunese, il sindaco dà terreni gratis e aiuti economici a chi vuole investire nella zona (un tentativo per far ripartire l'economia locale dopo la chiusura della miniera di pirite che per cinquecento anni aveva dato lavoro a molti). È qui che decide di aprire un piccolo laboratorio di stanghette per occhiali. È il 1961, Leonardo ha ventisei anni e dieci dipendenti. All'inizio, fa il terzista. Per tutti gli anni Sessanta produce componenti per occhiali per conto di altre aziende: aste, montature in metallo, tutti accessori lavorati a mano. Raccontano che non dormiva mai. Lavorava venti ore al giorno, si riposava qualche ora in una casa di fronte alla fabbrichetta, poi attraversava la strada e tornava di nuovo al lavoro. La moglie lavora con lui. I figli, di quel periodo ricordano le cinquanta lire alla settimana che ricevevano alle elementari e il mare in colonia.



1- Una foto del 1949 dell'Istituto Martinitt di Milano, dove Leonardo, rimasto orfano, è cresciuto.  
2- Leonardo Del Vecchio riceve, con Luciano Benetton, la laurea honoris causa in Economia nel 1995, a Venezia.



**DOPO QUASI DIECI ANNI, NEL 1969**, realizza le prime montature complete con marchio proprio, Luxottica. La prima collezione la presenta poco dopo alla Mostra Internazionale dell'Ottica (Mido) a Milano, la più importante fiera del settore. Luigi Francavilla, suo coetaneo e ancora oggi uno dei suoi più stretti collaboratori (nonché vice-presidente di Luxottica), ricorda quel primo banchetto da esposizione di due metri arrangiato alla meglio. I loro occhiali piacevano, ogni mezz'ora alzavano il prezzo.

Del Vecchio inizia a distribuire da solo, senza affidarsi più a grossisti, e a espandersi all'estero (prima tappa in Germania, poi in America). Funziona. Il primo capannone si trasforma in stabilimento. La casa di fronte diventa sì una villa ma resta dov'era, inglobata all'interno della fabbrica (quando Del Vecchio torna ad Agordo dorme ancora oggi

**Raccontano che non dormisse mai: 20 ore di lavoro e un po' di riposo, nella casa di fronte.**

gnà del marchio mirata, a colpi di accordi e acquisizioni: nel 1990 compra Vogue, nel 1995 Persol, gli occhiali dei piloti creati nel 1917 dal piemontese Giuseppe Ratti e indossati sia da Marcello Mastroianni in *Divorzio all'italiana* che da Arnold Schwarzenegger in *Terminator*. Quando l'italiana Luxottica si aggiudica

li). Un'abitudine questa, della casa e bottega, mantenuta anche a Milano. Nella storica sede milanese di Luxottica in via Cantù, Del Vecchio ha abitato a lungo al piano nobile. Sveglia alle 4.30 del mattino, nuotata nella piscina privata a pianoterra, allenamento in palestra, e poi al lavoro entrando da una porticina di collegamento tra casa e azienda.

**L'ACCORDO CON GIORGIO ARMANI, NEL 1988**, inaugura una serie di collaborazioni con il mondo della moda che diventeranno via via più importanti nella definizione della strategia del gruppo. Ne seguiranno altri con le più prestigiose firme internazionali, da Bulgari (nel 1996) a Chanel (nel 1999), da Prada e Versace (nel 2003) a Dolce&Gabbana (2006) e Tiffany (2008) (mentre Armani, dopo anni di collaborazione, nel 2003 se ne va con la concorrente Safilo). Una campa-

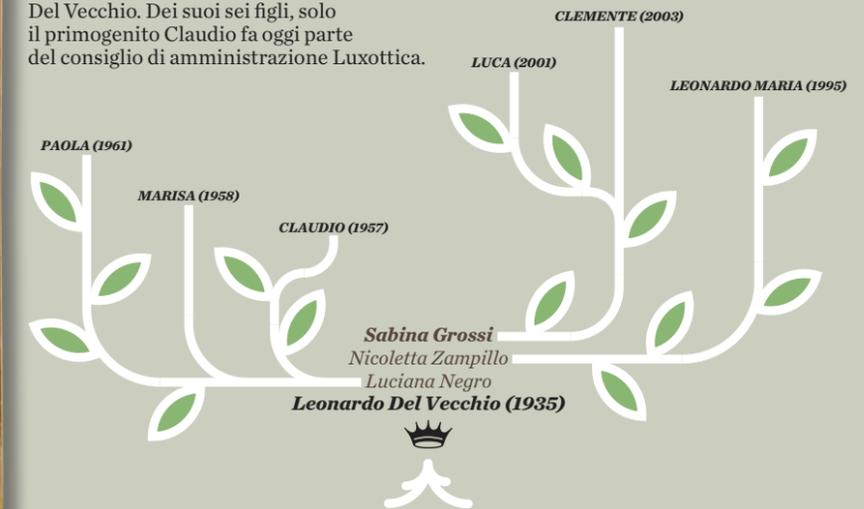
l'americana Ray-Ban, nel 1999, dimostra di non avere più rivali. I Ray-Ban, gli occhiali anti-abbaglio, sono i più conosciuti al mondo. Nati nel 1937 per gli aviatori dell'Air Force americana, sono diventati un'icona della moda, identificati — a seconda delle generazioni — con Clarke Gable e Gregory Peck, con Audrey Hepburn (che in *Colazione da Tiffany* indossa un'indimenticabile versione oversize in plastica nera dei Wayfarer) o con il Tom Cruise dei bei tempi di *Top Gun* (e quel modello a goccia, Aviator, che mandò in visibilità le adolescenti degli anni 80). Poi è la volta di un'altra azienda americana, la Oakley degli occhiali sportivi, acquistata tre anni fa per due miliardi di dollari.

**QUANDO DECIDE DI QUOTARSI IN BORSA, NEL 1990**, Del Vecchio punta direttamente a Wall Street, ancor prima che a Piazza Affari, pur senza conoscere una parola di inglese. Il suo percorso è talmente solitario ed estraneo alla politica e ai salotti buoni (anche se da un po' è entrato con tutti gli onori in Generali) che il suo è un raro caso di miliardario sconosciuto. Quando all'inizio degli anni Novanta il suo nome compare tra i primi contri-

buenti italiani, ci si interroga su chi sia quel Del Vecchio che fa occhiali. Da quella prima volta continua a figurare puntualmente nelle classifiche degli uomini più ricchi del mondo. I primi tre posti in Italia non riservano più sorprese da anni: vi si alternano il patron della Nutella Michele Ferrero, Leonardo Del Vecchio e Silvio Ber-

## IL PATRIARCA

La famiglia "allargata" di Leonardo Del Vecchio. Dei suoi sei figli, solo il primogenito Claudio fa oggi parte del consiglio di amministrazione Luxottica.





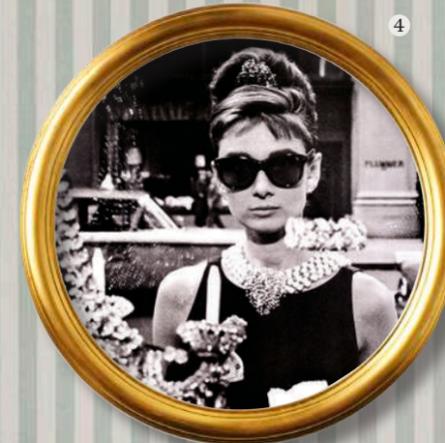
1



2



3



4

1- Tom Cruise in Top Gun indossa il Ray-Ban a goccia Aviator e lo rende l'accessorio cult degli anni Ottanta. 2 e 3 - Marcello Mastroianni in Divorzio all'italiana e Arnold Schwarzenegger in Terminator portano i Persol, marchio acquistato da Leonardo Del Vecchio nel 1995. 4- La versione oversize del Ray-Ban Wayfarer di Audrey Hepburn in Colazione da Tiffany.

lusconi. Nella classifica di *Forbes* 2010 è il secondo italiano più ricco e cinquantanovesimo nel mondo con un patrimonio stimato di 10,5 miliardi di dollari (il primo è Ferrero).

**NEL 2004 LEONARDO DEL VECCHIO FA UN PASSO INDIETRO** e affida la guida del gruppo a un amministratore delegato di trent'anni più giovane, Andrea Guerra, il manager considerato un prodigio sfilato a Vittorio Merloni. Guerra all'epoca non ha ancora compiuto quarant'anni, in Merloni (altra impresa familiare) ha lavorato per dieci anni ed è diventato il più giovane amministratore delegato di una società quotata. È un manager col maglione, già prima del maglione di Sergio Marchionne. Quello con scollo a V che indossa nella fotografia ufficiale pubblicata sul sito internet del gruppo Luxottica (e che ha sfoggiato anche in una delle sue rare ap-

parizioni televisive, nello studio di Myrta Merlino a *Economix*). Guerra è uno che in una conversazione con *La Stampa* di Torino alla domanda «che consigli darebbe ai giovani» risponde: «State a lungo fuori. Poi, scegliete i vostri capi e seguiteli al di là delle cariche e delle etichette. Infine, fate le pri-

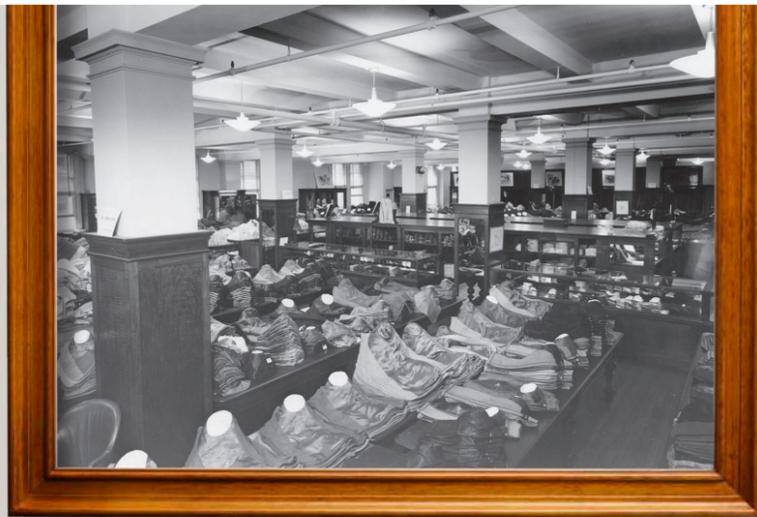
**Disse: «Di questi ne facciamo 500 mila». E gli occhiali a mascherina divennero di moda.**

me esperienze in società di servizi perché così ogni giorno mettete la vostra faccia di fronte ai clienti». La scelta di una guida manageriale per Del Vecchio è stata meditata. A Giuliana Ferrai- no che lo intervista per *Il Sole24ore*, Del Vec-

chio spiega così: «Voglio molto bene ai miei figli, ma non lascerò a nessuno di loro una responsabilità così grande, sarebbe troppo pesante. Per questo sto indirizzando il futuro dell'azienda verso la gestione manageriale. I figli maggiori finora hanno accettato le mie scelte. La nostra è una famiglia allargata, ma unita».

**LA FAMIGLIA - CHE È DAVVERO UNA FAMIGLIA ALLARGATA - FA L'AZIONISTA.** Leonardo si è sposato tre volte e ha sei figli. I primi tre, Claudio, Marisa e Paola, sono cinquantenni. Poi c'è Leonardo jr. di quindici anni, avuto dalla seconda moglie, la milanese Nicoletta Zampillo. Quando si sono sposati, nel 1997, con cerimonia a Villa Reale a Milano, le pubblicazioni di matrimonio erano affisse ad Agordo per depistare i giornalisti. Gli ultimi arrivati sono Luca e Clemente, figli dell'attuale compagna Sabina Grossi (che lavora in Luxottica dal 1996 e dal 2003 è nel consiglio di amministrazione). Dei sei fratelli, solo il primogenito Claudio, 53 anni, fa parte del consiglio di amministrazione di Luxottica. Lavora nel gruppo di famiglia dal 1978, si è occupato della filiale americana. Ha anche fatto affari per conto suo, comprando un grande brand della moda americana, fondato nel 1818, le camicie Brooks Brothers, forse ancora le più famose del mondo (ricordate, in *Working girl*, Harrison Ford che dietro la vetrata del suo ufficio tira fuori dalla busta blu del negozio tra Madison e la 44esima, scarta una camicia nuova e la indossa?).

**ALLA FINE, COMUNQUE, IN QUEL SALOTTO DELLA FINANZA** dal quale all'inizio era rimasto alla larga un po' ci è entrato, consiglia-



1

2



3



Sopra, Claudio Del Vecchio: è proprietario del marchio Brooks Brothers e fa parte del consiglio di amministrazione della Luxottica. A lato, dall'alto: foto d'epoca del negozio capostipite della Brooks Brothers a New York, in Madison Avenue, e lo store di Milano.

### CONTENUTI EXTRA

Nel 2009 il gruppo Luxottica ha distribuito 19,7 milioni occhiali da vista e 35,3 milioni di occhiali da sole, in **6.400 modelli differenti**.

Il **Museo dell'ottica e degli occhiali**, inaugurato nel 1991 vicino allo stabilimento di Agordo, ospita **più di mille pezzi da collezione**, tra occhiali, microscopi e cannocchiali astronomici (compresi alcuni esemplari piuttosto rari del Seicento). A curare il museo è Marisa Del Vecchio.

**One Sight** è la fondazione del gruppo Luxottica **impegnata nel fornire visite oculistiche e occhiali** a chi non se li può permettere. Secondo le stime dell'Organizzazione mondiale della sanità, 250 milioni di persone nel mondo soffrono di problemi alla vista solo perché non hanno accesso alle cure oculistiche di base né a un paio di occhiali.

Tra i **marchi propri** del gruppo ci sono Ray-Ban, Oakley, Vogue, Persol, Oliver Peoples, Arnette e Revo. Tra i **marchi in licenza**: Bulgari, Burberry, Chanel, Dolce & Gabbana, Donna Karan, Polo Ralph Lauren, Paul Smith, Prada, Salvatore Ferragamo, Stella McCartney, Tiffany, Tory Burch e Versace.

re di amministrazione delle Assicurazioni Generali e della società immobiliare Beni Stabili. Uomo di poche parole, Leonardo Del Vecchio ha rapporti piuttosto asciutti con il sistema economico e finanziario, e dicono che abbia maturato un'intesa con Alessandro Profumo, con il quale condivide il tifo per l'Inter. Ovviamente, come prevede il cliché dell'uomo che è rimasto com'era nonostante la fortuna economica, gli amici sono quelli di una volta. E non è raro vederlo camminare per le vie di Milano da solo, in mezzo alla gente.

### Ad Agordo lo si vede alle comunioni e alle cene di Natale.

**NONOSTANTE CHE AL PRIMO STABILIMENTO** (che oggi conta circa 3.500 dipendenti) se ne siano aggiunti altri cinque in Italia, due in Cina, uno in America e uno in India (e gli obiettivi siano di continuare a cresce-

re sui mercati emergenti), Agordo resta il cuore del gruppo. Con oltre tremila dipendenti in un comune di quattromila abitanti, Luxottica è una città nella città, e Leonardo Del Vecchio un padrone/benefattore. Nel 2009, quando la crisi globale ha picchiato più duro, ha sperimentato forme di welfare aziendale, con benefit a integrazione del salario. Al posto di aumenti di stipendio ha offerto ai dipendenti "carrelli" spesa e libri di scuola per i figli, borse di studio e visite specialistiche. Nell'agordino, ormai, il fondatore si vede di rado. Però partecipa alle prime comunioni dei figli dei dipendenti, e anche alle cene di Natale che ogni anno si festeggiano sui tavoli della mensa dello stabilimento. Poi sale sul proprio aereo personale Gulfstream e riparte in giro per la globalizzazione. ●