

Milano Unica

Così si reinventa il tessuto

Il cotone che sembra lana, una lana con i pregi del cotone: l'innovazione rilancia il tessile

Cristina Jucker

Un'enorme matassa di una fibra bianca e morbidissima: accarezzandola viene da chiedersi se si tratta di seta o di cashmere, tanto è soffice e gradevole al tatto. Invece no. «È cotone» spiega sorridendo Silvio Albini, consigliere delegato del gruppo Albini, il maggior produttore europeo di tessuti per camiceria, azienda fondata nel 1876 in val Seriana (Bergamo) e da allora sempre rimasta in mano alla stessa famiglia, oggi alla quinta generazione. Poi racconta: «Superato il senso di panico alla fine del 2008-inizio 2009 abbiamo capito che bisognava reagire alla crisi. Come? Innovando, cercando di fare il prodotto più bello possibile, un po' in controtendenza rispetto a un mercato che tirava sui prezzi. Abbiamo lavorato molto sulla materia prima e sulla selezione dei cotone, così siamo arrivati a Giza 45, forse il miglior cotone al mondo, prodotto in Egitto. Ha una fibra lunga e la finezza della seta e del cashmere, con tutti i vantaggi del cotone».

Questo è solo un esempio di quello che si può trovare in questi giorni tra gli stand di Milano Unica, ma soprattutto di come molte aziende tessili hanno saputo reagire ai duri colpi della crisi. Luca Trabaldo Tognà, presidente dell'omonima azienda

biellese nata nella prima metà dell'800 (20 milioni di fatturato nel 2008, «molti meno l'anno scorso»), ha fatto il percorso inverso: non il cotone che sembra lana, ma la lana che sembra cotone. «Il 2009 è stato un anno terribile - dice - ma anche interessante: mi ha fatto rivedere completamente i miei schemi di pensiero. Mi sono detto: questa non è una crisi, è il mondo che cambia. Ora bisogna trovare la chiave per aprire la porta del nuovo mondo. Noi siamo un'azienda laniera ma tutti vogliono il cotone: se riesco a dare alla lana la secchezza del cotone forse trovo il filone giusto». Detto fatto. È arrivato "conditio", un tessuto leggero, freddo come il cotone, che non si stropiccia, con la luce della lana. E che si lava in lavatrice. Un successo.

Innovare sì, ma anche far capire l'innovazione, le performance dei nuovi tessuti, offrire degli argomenti validi per vendere. La pensa così Ercole Botto Poala, a.d. del lanificio Reda (fondato nel 1865, 50 milioni di ricavi l'anno scorso, il 30% in meno dell'anno precedente), convinto che la ripresa «sarà molto lenta e lunga. Il nostro futuro è nell'innovazione - spiega - e nel valore aggiunto che siamo in grado di fornire: l'ecosostenibilità (siamo l'unico lanificio al mondo con la certificazione ambientale Emas), l'innovazione tecnologi-

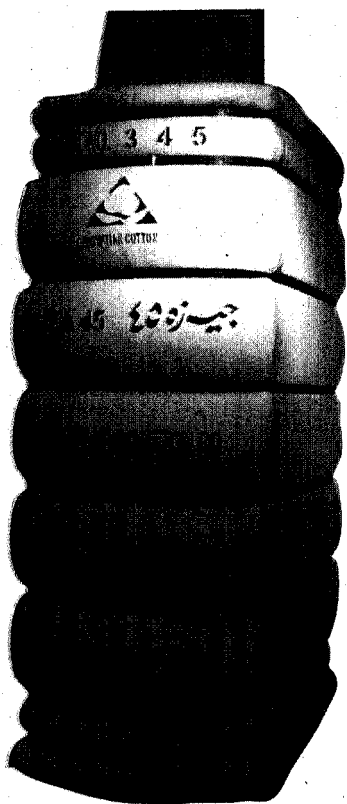
ca nelle performance del tessuto e infine il made in Italy, anzi - precisa - il made in Valle Mosso». Infatti è in questa valle del biellese che tutto viene prodotto: solo le pecore sono allevate nelle fattorie di proprietà in Nuova Zelanda. Per Reda, che realizza all'estero il 75% del fatturato, il terzo mercato è oggi la Cina, i clienti sono i confezionisti cinesi di fascia alta, la cui forza è data dal possedere tutti catene di negozi.

C'è chi ironizza: la crisi è stata "democratica", non ha risparmiato nessuno. La differenza sta tra chi ha reagito e chi si è messo alla cappa, ha tirato giù le vele in attesa di tempi migliori. Albini non è certo rimasto fermo: «Con grande dispiacere - dice - l'anno scorso abbiamo dovuto chiudere la manifattura di Albiate, in Brianza, ma nello stesso tempo abbiamo investito 20 milioni di euro sia per la tessitura di Mottola (Taranto) sia per uno stabilimento nuovo che abbiamo costruito in Egitto». E 20 milioni non sono pochi per un'azienda che nel 2009 ha visto ridotti del 30% i ricavi (erano 145 milioni nel 2008).

Ma il clima a Milano Unica conforta: la gente c'è, è più serena, dicono gli operatori, ancora prudente, forse troppo, però è tornata la voglia di fare progetti, di vedere cose nuove. «Si lavora a ritmo sostenuto». Questo è quello che conta.

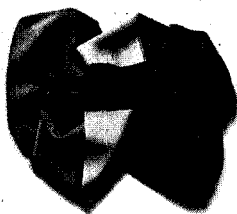
© RIPRODUZIONE RISERVATA





ECCELLENZE

Una balle di 300 chili del miglior cotone al mondo, coltivato in Egitto, per Albini (a sinistra). A destra, telai dello stabilimento Reda in Valle Mosso e, sotto, due tessuti della collezione Reda p/e 2011 presentati a Milano Unica



www.ecostampa.it

Novità tecnologiche

L'effetto «fresco» del nuovo abito Zegna

All'avanguardia della tecnologia, si chiama "cool effect" ed è l'ultima innovazione del lanificio Ermenegildo Zegna, il primo tessuto in grado di offrire protezione dal calore prodotto dalla luce naturale diretta del sole.

Un classico tessuto di lana Zegna viene sottoposto a un esclusivo trattamento di finissaggio e tintura che permette ai colori scuri di replicare le proprietà del

bianco, riflettendo l'80% della luce solare diretta, molto più del consueto 20% circa. Questo effetto rinfrescante abbassa di dieci gradi la temperatura corporea percepita: per esempio, se la temperatura esterna è di 40 gradi, il corpo ne avverte solo 30.

Il tessuto per abiti "cool effect" è in pura lana australiana, con fibre del diametro di 17 micron (1 micron = un millesimo

di millimetro), e pesa 200 grammi al metro.

Il trattamento di finissaggio e tintura "cool effect" non altera la mano dei tessuti che rimangono leggeri, morbidi e sontuosi al tatto. Sono proposti in una gamma di blu, grigi o marrone, con una scelta tra tinte unite, rigate, quadri e gessati.

C.J.

© RIPRODUZIONE RISERVATA