

Albini investe, ricerca al primo posto

La strategia. Il gruppo tessile continua a puntare sull'innovazione con materie prime sempre più performanti. Fatturato a 147,2 milioni nel 2016. Il presidente: «Buoni i risultati del primo semestre, non sarà un anno facile»

ELVIRA CONCA

Una strategia d'attacco supportata da investimenti per 5 milioni destinati, in particolare, alla ricerca per lo sviluppo di materie prime sempre più ricercate e performanti.

Ad annunciarlo il Gruppo Albini che chiude il primo semestre con risultati in lieve crescita rispetto al 2016 e guarda con «moderato» ottimismo al 2017. «Non sarà un anno facile per il settore cotoniero e della camiceria - spiega il presidente del Gruppo Albini, Silvio

Albini - pur registrando una maggiore stabilità nei mercati maturi e segni di miglioramento in Cina e in altri mercati emergenti, dobbiamo fare i conti con i cambiamenti che stanno avvenendo nel mondo della moda e dei consumi di abbigliamento».

Lo scorso anno, complicato da un quadro economico e politico di grandi turbolenze e cambiamenti, il gruppo tessile orobico ha chiuso il bilancio con un fatturato consolidato di 147,2 milioni contro i 148,5 del 2015 (meno 0,9%). L'Ebitda è passata da 13,5 a 12,15 milioni di euro. Il cash-flow (movimento di cassa) è stato di 10 milioni rispetto ai 12,1 milioni dell'anno prece-

■ ■ A dettare la linea del cambiamento della crisi dei modelli distributivi tradizionali»

dente. L'utile netto è risultato di 1,4 milioni (4,4 milioni nel 2015).

In questo quadro d'incertezza, il Gruppo Albini, maggior produttore di tessuti per camiceria in Europa, cresce comunque con aumenti a doppia cifra in alcune aree geografiche come gli Stati Uniti (oggi secondo mercato di sbocco), dove è appena stato realizzato un ampliamento importante degli uffici di New York, e di mercato, come Albini Donna e la divisione filati.



Silvio Albini
presidente

Crescita a due cifre anche per la divisione filati, I Cotoni di Albini Spa, dopo la riorganizzazione strategica realizzata nel corso del 2016 che ha puntato a rendere la produzione più flessibile e veloce per poter rispondere meglio alle richieste del

mercato sempre più orientato a prodotti qualificati e diversificati, lotti di produzione più piccoli e lead time ridotti.

Il Gruppo, guidato oggi dalla quinta generazione con Silvio, Fabio, Andrea e Stefano Albini, nel 2016 ha appena completato investimenti per oltre 5 milioni destinati al rinnovamento di alcuni impianti. Stessa cifra che si appresta a investire nel corso del 2017 finalizzata, oltre che alla ricerca, al miglioramento delle strutture produttive, al marketing e alla comunicazione, ai sistemi informativi, all'ottimizzazione dei processi. «Un impegno altrettanto fondamentale per continuare a garantire gli standard di qualità e servizio a



L'export resta punto di forza del gruppo tessile orobico che esporta direttamente oltre il 70% del fatturato in oltre 80 Paesi

clienti e consumatori che si mostrano sempre più consapevoli ed esigenti non solo con riguardo al prodotto finito alla tracciabilità di quello che comprano anche in termini di rispetto dell'ambiente e sostenibilità, ma anche alla qualità delle materie prime che sono sempre più sofisticate e performanti».

«A dettare la linea del cambiamento - prosegue Albini - la crisi dei modelli distributivi tradizionali, duramente colpiti dalla crescita delle vendite online, dai gusti imprevedibili delle nuove generazioni e dalla concorrenza di consumi e stili di vita alternativi all'abbigliamento. In questo scenario incerto e im-

prevedibile il nostro Gruppo resiste e si sviluppa grazie alla presenza internazionale, alla varietà e qualificazione altissima dei clienti, alla ricchezza della nostra proposta e alla diversificazione verso nuovi segmenti di attività che stanno dando ottime soddisfazioni, come la crescita della Collezione Albini Donna».

L'export resta punto di forza. Albini esporta direttamente oltre il 70% del fatturato in più di 80 Paesi nel mondo: una strategia di internazionalizzazione con un approccio globale, ma con attenzioni locali.

Nonostante la vocazione internazionale del gruppo,

infatti, l'attaccamento al territorio bergamasco e in Italia resta confermata. Quindici le nuove assunzioni in Italia nel 2016, a fronte di un organico che si è mantenuto sostanzialmente stabile. Oggi sono 1.391 i dipendenti in forza al Gruppo, 767 al Cotonificio Albini, a cui si aggiungono i 120 della Tessitura Mottola in provincia di Taranto.

«È parte della strategia - rimarca il presidente -, andando spesso controcorrente rispetto a molti concorrenti è stato deciso infatti di mantenere la maggior parte della filiera produttiva in Italia, conservando la tradizione manifatturiera caratterizzata da tecnologia e qualità tipi-

che del Made in Italy, con la convinzione che il know-how della manodopera rappresenta un segno distintivo nel mondo».

Sul tema della sostenibilità, è proseguita l'attività di miglioramento delle strutture produttive per quanto riguarda il consumo energetico e l'adeguamento alle normative ambientali e di sicurezza, realizzata anche grazie all'esperienza di Albini Energia, società costituita nel 2011 con l'obiettivo di migliorare l'efficienza dei siti produttivi e tutelare l'ecosistema: oggi offre la propria consulenza anche ad aziende esterne.