

**Tessile.** Le strategie del presidente del cotonificio più importante d'Europa

## Stefano Albini:

# «Il futuro sono R&S e sostenibilità»

**Giulia Crivelli**

Le successioni aziendali non sono mai facili. Ancora meno lo sono nelle imprese familiari e se vengono accelerate dall'improvvisa e prematura scomparsa di un membro della dinastia. È un cambio al vertice di questo tipo quello affrontato dal Gruppo Albini, un'azienda con 142 anni di storia e guidata dalla quinta generazione della famiglia fondatrice. Il presidente Silvio Albini è mancato nel gennaio scorso e la famiglia ha scelto come successore Stefano, da molti anni impegnato nella divisione commerciale e marketing dei vari rami del gruppo.

«Sieteorizza spesso la specificità delle imprese familiari, dicendo che sanno creare legami speciali con il territorio e i dipendenti. A volte questo carattere di "famiglia allargata" è un po' mitizzato – racconta Stefano Albini –. Nel nostro caso però è il quadro fedele della realtà. Abbiamo superato il momento difficile, possiamo anche dire tragico, della morte di Silvio perché abbiamo sentito la solidarietà umana e l'affetto di tutte le persone che lavorano con noi e allo stesso tempo abbiamo potuto contare su tutte le loro energie per sostenere l'attività aziendale e pensare al futuro a breve e medio termine, come avrebbe voluto Silvio».

Il 2017 è stato un buon anno per il Gruppo Albini, primo produttore europeo di tessuti per camicie, tipologia di cotone che cresce a due cifre. Lo stesso vale per la divisione Albini Energia, nata per soddisfare le esigenze dell'azienda in materia di risparmi energetici e che oggi offre anche ad altre imprese, in Italia e all'estero, consulenza per la progettazione e costruzione di impianti per razionalizzare i consumi termici ed elettrici. «L'export è da molti anni introno al 70% e nel

2017 i mercati che ci hanno dato maggiori soddisfazioni sono stati Francia, Spagna, Est Europa e Paesi Scandinavi – sottolinea Stefano Albini –. Abbiamo inoltre da poco ampliato l'ufficio di New York, per rafforzare la struttura commerciale di un mercato strategico come gli Stati Uniti».

Silvio Albini e l'intera famiglia, come dimostra la nascita della divisione Energia, ha sempre creduto nella sostenibilità, considerata una scelta etica, prima ancora che di business. «Solo controllando la filiera si può essere sostenibili e trasparenti – aggiunge il presidente del gruppo bergamasco –. Non si può limitarsi, ad esempio, al solo utilizzo del cotone organico. Deve essere sostenibile l'intero processo tessile e noi da anni condividiamo questo approccio con clienti, fornitori e collaboratori. I risultati sono nei numeri: la media dei risparmi annuali è di 2.300 Tep, 8 milioni di kWh elettrici, 6mila tonnellate di CO<sub>2</sub>, 46mila metri cubi di acqua e 1,3 milioni di metano».

Ricerca e sviluppo continueranno a essere una priorità: «È incredibile quanto innovazione di prodotto possa esserci nel tessile, considerato a torto un settore maturo – conclude Albini –. Introduciamo di continuo nuove mischie, oltre che fantasie e pattern. E per il cliente finale abbiamo un'importante innovazione, la app Fabric Butler, che permette di scegliere il tessuto tra le quasi infinite collezioni Albini e inviare direttamente l'ordine al proprio sarto di fiducia o a quello più vicino, grazie allo "store locator". Non è una forma di e-commerce, di B2C. Vogliamo essere dei "facilitatori", lasciando intatto il piacere e il fascino di una camicia fatta su misura».

