



18 LUGLIO 2019



ALBINI_next, nuovi orizzonti della sostenibilità

Innovazione, imprenditoria e storia di un'azienda di successo volta ad aprirsi verso nuovi, e sostenibili, orizzonti.

Parliamo di **Albini Group**, azienda italiana che dal 1876 opera nel settore tessile ed oggi maggior produttrice europea di tessuti per camicia che porta in scena il suo nuovo **ALBINI_next**, un Think Tank volto a tracciare nuove frontiere avanguardiste e realizzare i nuovi tessuti del futuro. Centro simbolo del nuovo approccio sostenibile dell'azienda bergamasca è la sua nuova sede al **Kilometro Rosso di Bergamo**, polo privato dell'innovazione in Europa che ospita nei suoi 400.000 mq oltre 60 aziende.



In questo dinamico e stimolante luogo [ALBINI_next](#) vuole creare la “Silicon Valley” del tessile, un polo dove le grandi idee diventano concretezza e tangibili innovazioni in termini di business. Oggi la tematica **sostenibilità**, sia in termini etici che morali, sta prendendo piede in tantissimi e disparati settori come quello tessile. Ci si chiede quali saranno i tessuti di domani, oggi parliamo spesso di tessuti derivati dal cibo o riciclati, a impatto zero. Come si può concretizzare questa rivoluzione? Confronto, innovazione, partnership sono le key-words per tradurre le idee in azioni.

L'8 Luglio, prima dell'inaugurazione ufficiale del nuovo polo [Albini](#), un panel di imprenditori e ricercatori si sono incontrati nello spazio bergamasco dell'innovazione per un costruttivo scambio di idee volto, anche, ad esplicitare come un progetto come questo necessiti una compenetrazione di saperi, abilità, maestranze ed esperienze. Ognuna diversa e singolarmente importante.



Il Presidente del Cotonificio **Albini, Stefano Albini**, crede fortemente nel ruolo del progetto rivoluzionario e nel suo nuovo spazio, sostiene che “sarà un luogo internazionale, interdisciplinare e aperto alle giovani generazioni, dove creare collaborazioni con partner d’eccellenza”.

Un grande problema dei nostri tempi, così come sottolineato da **Carl Lili**, Presidente di Swiss Textile, è che “circa il 25% dei capi prodotti ogni anno sono destinati a non esser mai indossati”. E’ quindi fondamentale lavorare sia sulla sostenibilità e sul consumatore finale, sul suo modo di pensare e riflettere in termini di acquisti, più moderati e mirati.

Con **Linda Loppa**, CEO e fondatore di Linda Loppa Factory, parliamo di nuove generazioni e di come sia necessario creare un “un nuovo modello di business che faccia da ponte tra i giovani talenti e i mezzi economici necessari a realizzare le loro idee.” Quanto sarà disposto il consumatore finale a pagare un premium-price per i prodotti più etici? Per **Claudio Antonioli**, fondatore di Antonioli Milano e presidente di News Guards Group, oltre che l’innovazione è importante parlare di customer centricity, visione del brand e conferire consapevolezza al cliente che “sarà pronto a pagare un prezzo più elevato per prodotti più sostenibili, probabilmente già con la Generazione Z.”

Parlare d’innovazione non sarebbe possibile senza l’importanza della ricerca e dell’analisi dei dati che porterà, come mette in evidenza il CEO di Herno e Presidente di Confindustria Moda, **Claudio Marenzi**, “allo sviluppo della consapevolezza e di conseguenza all’innovazione”

E’ d’accordo a queste affermazioni anche **Isaac Nicholson**, CEO e Co-fondatore di Circular Systems, che dichiara come

“rompere le barriere del business tradizionale in una direzione che si basi su creatività, business plan efficace e sostenibilità” sia la chiave del cambiamento.

Potere delle start-up, motore attivo di idee e innovazione, con **Cristiano Spelta**, CTO e Co-Fondatore di E-Novia che ci parla delle sue tre regole d’oro per una start-up di successo: “imprenditorialità,

lavoro in team e sensibilità del mercato”. Conclude il talk **Fabio Tamburini**, Ceo di Cotonificio **Albini**, che sostiene come “dal filato al capo finito dobbiamo aumentare il valore del prodotto, renderlo più etico e all’avanguardia per essere leader di settore attraverso la trasparenza, la tracciabilità e una migliore qualità della vita”.

Simbolo di un nuovo inizio è stato il momento finale del talk dove Salvatore Majorana ha consegnato a Stefano **Albini** **le chiavi** del nuovo spazio, concreto gesto di una propensione a creare qualcosa di grande, insieme con passione.

©Riproduzione riservata

AUTORE

CONDIVIDI

 **SALVATORE GOLOTTA**



Previous article

**CELEBRANDO LAGERFELD FENDI GOES GLOBAL
 SEMPRE DI PIÙ**

Articoli correlati —

