

Albini_next, qui i tessuti del futuro

Innovazione. Inaugurato al Kilometro Rosso lo spazio del Gruppo tessile orobico dedicato alla ricerca avanzata. Il presidente: oggi servono know-how e maggiori partnership industriali. Mercato difficile, ma stiamo reagendo

FABIANA TINAGLIA

Una fucina di idee, uno spazio in cui sperimentare, creare. Albini Group sfida il futuro del tessile sbarcando al Kilometro Rosso - espressione di progettualità per eccellenza - inaugurando Albini_next «dove al centro ci sono la forza della materie prime e il valore aggiunto della tecnologia, elementi che si fondono a nuovi input che arrivano da "contaminazioni" di conoscenze» spiega Stefano Albini, presidente del Cotonificio Albini che ieri ha presentato la nuova avventura: «Servono know-how e sempre maggiori partnership industriali e accademiche, per nuovi traguardi nella creatività, nella sostenibilità, attraverso lo sviluppo di tecnologie applicate».

Responsabile di Albini_next Andra Comanac che ieri ha presentato lo spazio di 230 mq dove è incorniciata una frase di Silvio Albini: «L'innovazione è la sfida chiave per il futuro» vi si legge, mentre si è già al lavoro per avviare una squadra di creativi, designer, informatici, ingegneri ed economisti con la collaborazione di figure provenienti dall'Empa e la Stf Textile School di Zurigo, la Bocconi, l'Università di Bergamo e Firenze: «Sono già state selezionate due studentesse dal Royal College of Art di Londra», continua Albini. «Qui vogliamo individuare i tessuti del futuro e nuovi processi produttivi, trovare nuove materie prime che possano derivare dalla natura o dal riciclo di altri materiali, portando le fibre naturali a livelli di performance oggi impensabili». Difficile ancora capire gli investimenti di un tale progetto: «È un work in progress e quindi dipenderà molto da quali progetti partiranno». E aggiunge: «Il 2018 è stato un anno di importanti decisioni. Il Gruppo ha

saputo sfruttare la positiva propensione dei consumatori all'acquisto di prodotti tessili e abbiamo raggiunto 152 milioni di euro di fatturato, segnando una crescita del 2%. Questo 2019 è, invece, un anno di riflessione, con il mercato più difficile e i consumi in calo, soprattutto in Europa - continua Albini -. Sicuramente dobbiamo tenere conto della congiuntura macroeconomica e geopolitica incerta, ma stiamo reagendo, diversificando e ampliando la gamma di prodotto e cercando così di andare ad acquisire nuove quote di mercato. Milano Unica sarà strategica in questo senso».

E torna in scena Albini_next: «Volutamente al Kilometro Rosso perché crediamo nel territorio locale per pensare al futuro del tessile». Futuro a 360 gradi: «Prima erano il cotone, la seta, il lino, la canapa. Oggi si parla di tessuti derivati dal cibo riciclati, a impatto zero. Quale sarà la prossima rivoluzione? Come lavorare nel tessile in un'ottica più sostenibile?». Queste le domande da cui si è partiti durante una tavola rotonda che ieri ha visto protagonisti eccellenze del settore, moderati dal ricercatore Giuseppe Stigliano.

A dare il benvenuto Salvatore Majorana, direttore di Kilometro Rosso: «Qui i centri di ricerca si uniscono per progettare e condividere nuove idee - ha detto -. Il mercato cresce con l'innovazione: serve condividere avviando anche sinergie tra player diversi». Si apre da qui per un futuro che vede «il tessile in crescita, ma con reali preoccupazioni nel presente - spiega Carl Illi, presidente di Swiss Textile -. Il 35% dei prodotti tessili non viene addirittura indossato. Dobbiamo lavorare sulla sostenibilità» ha ribadito anche Claudio Antonioli, fondatore di Anto-



Il nuovo spazio di Albini_next al Kilometro Rosso (FOTO DI GIOVANNI MARCHESI)



Salvatore Majorana consegna a Stefano Albini le chiavi di Albini_next

nioli Milano e presidente di New Guards Group. Si è parlato anche di creatività: «Perché è il motore della nostra industria, muove le emozioni, può e deve creare un mondo migliore» ha detto Linda Loppa della Linda Loppa Factory. Con delle vere e proprie regole all'innovazione: «Imprenditorialità, lavoro di

squadra, esperienza sul mercato - ha detto Cristiano Spelta, cofondatore di E-Novia -. Non c'è un mercato che aspetta il prodotto: l'imprenditore è colui che ha la creatività giusta per dare visibilità al prodotto ed è capace di creare un mercato nuovo, unendo talenti e investimenti». Ora, subito: «La sostenibilità og-

gi al 90% è marketing - dichiara Claudio Marenzi, presidente di Confindustria Moda e ceo di Herno -. Il futuro è troppo lontano, è ora il momento per cambiare testa e filiera». Lo segue a ruota Isaac Nichelson, a.d. di Circular Systems. Niente compromessi, quindi, nella consapevolezza «che il mondo sta cambiando e i modelli di business sono da ripensare, trasformando l'industria tessile - conclude Fabio Tamburini, ceo di Albini -. Per farlo si parte dalle persone, da un luogo dove fare contaminazione, sperimentazione. Dal filato al capo, dobbiamo aumentare il valore del prodotto, all'avanguardia, per essere leader del settore attraverso una nuova industrializzazione sui valori della trasparenza, sostenibilità, qualità che genera profitto e quindi innovazione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

