



**Fascia alta.** Il presidente Silvio **Albini** con Fabio, Stefano e Andrea rappresenta la quinta generazione del gruppo leader nei tessuti per la camiceria maschile e femminile. In alto, un impianto dello stabilimento del gruppo a Mottola

**Made in Italy.** Il gruppo bergamasco è leader nei tessuti in cotone di alta gamma

# **Albini** investe 20 milioni in innovazione hi-tech

**Export al 72% per la family company fondata nel 1876**

**Marta Casadei**

«Investiamo ogni anno il 10% del nostro fatturato in progetti di innovazione. Per il triennio 2012-14, per esempio, abbiamo stanziato 20 milioni per rinnovare i nostri impianti, per garantire prodotti di qualità sempre più alta, ma anche una maggiore efficienza energetica. Il 75% di questi fondi è destinato alle sedi industriali che il nostro gruppo ha in Italia, in particolare a quella di Albino». È uno scenario di sviluppo incessante e mirato quello tratteggiato da Silvio **Albini**, presidente del Gruppo **Albini**, 125 milioni di fatturato nel 2012, nonché presidente di Milano Unica, fiera che riunisce le eccellenze tessili italiane e che apre il 10 settembre.

Il Gruppo **Albini** vanta una storia ultrasecolare il cui fil rouge, oltre alla produzione di tessuti di alto profilo per la camiceria sia maschile sia femminile, è la famiglia: fondata ad Albino, nei pressi di Bergamo, nel 1876, il gruppo oggi conta più di 1.300 dipendenti ed è guidato dalla quinta generazione, di cui, insieme a Silvio fanno parte anche Fabio, Stefano e Andrea **Albini**. La compagine aziendale è composta attualmente da 13 soci, tutti della famiglia. Che, sebbene corteggiata da player esterni che nel gruppo vorrebbero investire, per ora ha declinato tutte le offerte, scegliendo la via dell'autofinanziamento «per non impoverire l'azienda».

Silvio **Albini** definisce la sua «una famiglia che ha creduto nel futuro e continua a crederci»: da qui la volontà di investire puntando al miglioramento. E la voglia di farlo in Italia, nonostante l'export diretto incida sul fatturato per il 72%. O, forse, proprio per questo: i tessuti made in Italy sono considerati un'eccellenza in

tutto il mondo. «Con i nostri prodotti siamo presenti in 80 paesi in tutto il mondo - spiega **Albini** -; abbiamo una rete di clienti consolidata, per il 35% si tratta di realtà extra Ue, che ci ha permesso di risollevarci dalla crisi del 2009».

Il 2013, secondo **Albini**, si è rivelato leggermente più duro del previsto: «Nella prima parte dell'anno ha pesato il rallentamento della Cina e dei paesi emergenti - continua - ma da giugno abbiamo registrato segnali positivi: gli Usa si stanno riprendendo bene, lo stesso vale per il Giappone e i paesi del Golfo». L'obiettivo è, di conseguenza, quello di «mantenere le posizioni del 2012».

Al gruppo, che ha appena aperto sedi commerciali a Hong Kong e Shanghai, fanno capo cinque etichette: Cotonificio **Albini** 1876; Albiate 1830; **Thomas Mason** 1796; David and John Anderson 1822; **Albini**, Donna 2012. Tra i prodotti che si vendono meglio, **Albini** non ha dubbi, ci sono «quelli di fascia alta, che abbinano

qualità e innovazione». Ed è la sinergia tra queste due dimensioni a rappresentare l'asso nella manica del made in Italy in termini di competitività: «Non possiamo primeggiare sul piano del prezzo, ma possiamo offrire una qualità senza compromessi, ottime materie prime e una grande varietà di prodotti».

Il gruppo bergamasco segue, ovviamente, questa strategia: «C'istiamo attrezzando per andare incontro il più possibile alle richieste dei clienti sia in termini di tempistiche sia di volumi» dice il presidente. In quest'ottica si inserisce un'altra delle mosse più recenti dell'azienda, che possiede stabilimenti produttivi anche in Ungheria e in Egitto e ha ora il controllo di tutte le fasi della filiera produttiva: **Albini** ha fatto il suo ingresso nel mondo della filatura lo scorso anno con un investimento complessivo di 3 milioni di euro destinato a una nuova linea dello stabilimento Niggeler & Kupfer di Ceto (Brescia).

© RIPRODUZIONE RISERVATA