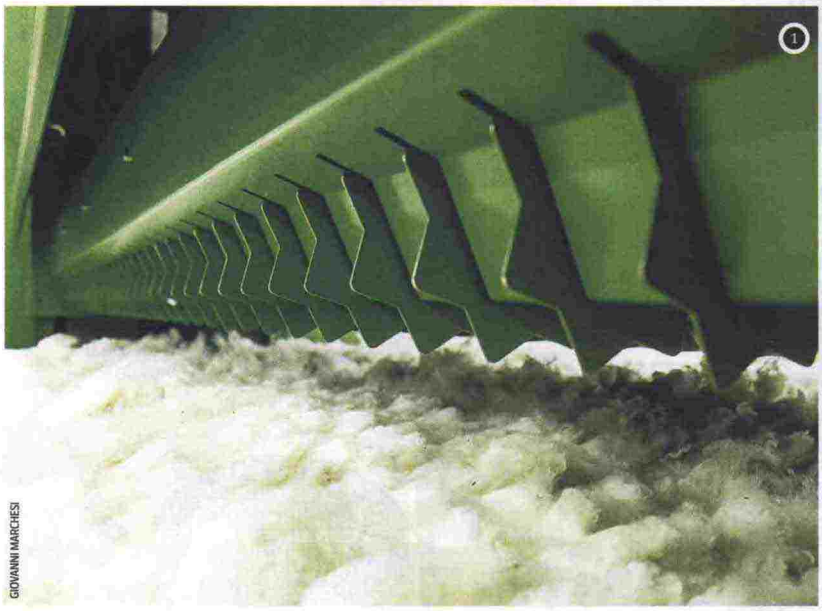
CORRIERE DELLA SERA
SETTE

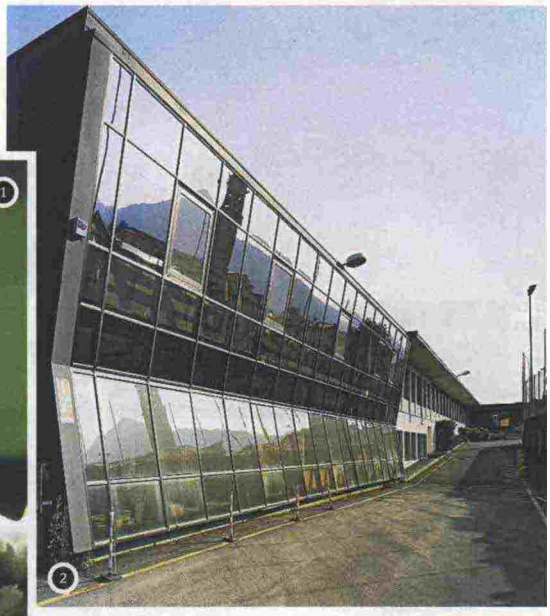
Settimanale

Data 04-04-2014
Pagina 80/82
Foglio 1 / 3

I grandi marchi italiani - 39 Albini Group



GIOVANNI MARCHESI



Un artigianato di qualità che si è fatto industria
1 - Una fase della lavorazione del cotone nello stabilimento Albini di Breno. **2** - Il quartier generale del gruppo, ad Albino (Bergamo), in Val Seriana. Qui avvengono la tintura del filato, l'orditura e la tessitura. Ingenti investimenti hanno rinnovato le strutture e i macchinari.

Se lavorare il cotone è arte la camicia è un capolavoro

Salvando **preziosi tessuti** quasi estinti e rilevando storici marchi inglesi, il gruppo della Val Seriana è diventato l'eccellenza mondiale del settore. E ogni sei mesi produce 10mila varianti di stili e di colori

di **Enrico Mannucci**

Stava per estinguersi. Il termine abitualmente si usa per degli esseri viventi, ma forse vale la pena di ricorrervi anche per un oggetto inanimato, nel caso sia tanto raro. Così è, visto che si tratta del cotone più pregiato al mondo, il migliore in assoluto, quello che genera camicie da sogno, morbide e delicate come la seta più raffinata, il Giza 45. Prodotto da un seme che, per primo, aveva impiantato Mohammed Alì Pascià, il fondatore dell'Egitto moderno, dopo aver importato, nel 1820, semi di cotone caraibici (Sea Island) e brasiliani.

Ebbene, la coltivazione di questa particolare pianta nel delta del Nilo stava per essere abbandonata: troppo scarsa la resa dai campi, troppe cautele da usare nella raccolta, meglio sfruttare quelle terre per altre colture. Così si stava per perder memoria del Giza 45. Ora, prima che quel seme fosse consegnato a reperti fossili da recuperare fra qualche migliaio di anni, l'ha protetto, salvato e rilanciato un'azienda italiana che rappresenta l'eccellenza assoluta nel campo del cotone di gran qualità, il Cotonificio Albini, sede centrale ad Albino (a differenza di quel che si può pensare il nome del paese non ha a che fare col cognome di chi ha fondato la ditta), provincia di Bergamo, Val Seriana.

Intanto, va risposto a una perplessità legittima: che c'entrano le Prealpi lombarde con una pianta tipicamente semitropicale? La spiegazione nasce da diversi fattori combinati assieme: l'industria tessile in generale che sta prendendo piede in tutta la fascia che va dal Bergamasco al Biellese favorita dall'abbondanza di acqua dai monti che dà l'energia per far andare le macchine, il boom del cotone alla metà dell'800, l'arrivo degli svizzeri e la qualità della manodopera locale: «Qui abbiamo una forte etica del lavoro», dice Silvio Albini, quinta generazione, oggi presidente del cotonificio, in azienda assieme ai fratelli Andrea e Stefano e al cugino

GIOVANNI MARCHESI

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

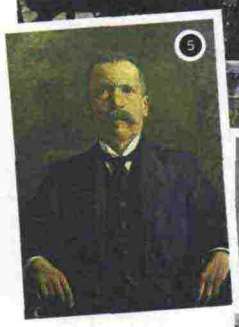
Codice abbonamento: 091382

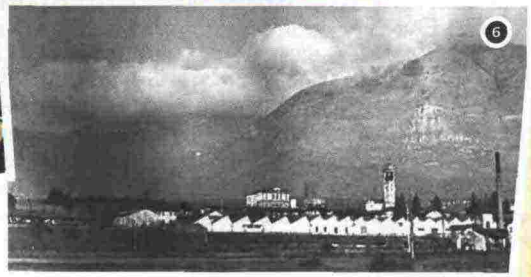
ALBINI

CORRIERE DELLA SERA
SETTE

Settimanale

Data 04-04-2014
Pagina 80/82
Foglio 2 / 3





Dal primo stabilimento al premio ricevuto all'Expo del 1884
3 - La lavorazione dei cotoni a Brebbia. **4** - Stefano, Andrea, Silvio e Fabio Albini negli stabilimenti Albini Group di Albino (Bergamo). **5** - Giovanni Albini, nipote del capostipite, nel 1890. **6** - Lo stabilimento di Desenzano sul Serio nel 1951. **7** - Il premio ricevuto da Zaffiro Borgomanero, fondatore dell'azienda nel 1876, all'Expo di Torino del 1884. Dopo un solo anno di attività, la tessitura era già dotata di 40 telai meccanici e impegnava 44 operai. **8** - Balle del cotone pregiato Giza 45, proveniente dall'Egitto.

Fabio, poi aggiunge: «I pionieri in questo campo furono spesso imprenditori svizzeri che apprezzarono assai la combinazione dei diversi elementi».

Gli italiani seguono presto, e fra loro non mette molto a distinguersi la dinastia oggi rappresentata da Silvio. Lo zio di suo bisnonno è il capostipite: Zaffiro Borgomanero, bustocco. Si deve dare parecchio daffare Zaffiro che, non avendo figli, lascia la ditta, fondata nel 1876, al nipote Giovanni Albini: ne fanno già parte diversi stabilimenti sparsi in Val Seriana. Racconta Silvio: «Non eravamo ancora autonomi. Allora, ci si riforniva dei macchinari in Gran Bretagna e dei coloranti per le stoffe in Germania. Comunque, Giovanni, il mio bisnonno, faceva parte di quella che si potrebbe definire un'aristocrazia imprenditoriale: possedeva una casa importante, con un grande parco, si era impegnato con altri proprietari di aziende nella creazione dell'Unione Industriali di Bergamo, nel 1907, e si era mosso in altri campi, come, attraverso l'IRF (Industrie Riunite Filati), in quello della produzione di energia idroelettrica». Silvio, in famiglia Albini, è nome ricorrente. Si chiamava così uno dei figli di Giovanni (l'altro era Riccardo), che studiò chimica in Germania e cui toccò, al momento dell'eredità, la tessitura di Desenzano di Albino.

Il tessile si reinventa. La Albini va avanti (dopo Silvio, arrivano i suoi quattro figli: Giancarlo, Piero, Gianni e Marino, padre del Silvio in carica oggi), seguendo una traccia che non cambia molto per gran parte del '900. Il punto focale dell'azienda è la produzione, disegni e colori dipendono per lo più dalle richieste di chi poi con quelle stoffe confezionerà dei capi d'abbigliamento. Prima di arrivare ai nostri tempi («Dagli anni Ottanta il rapporto è ribaltato. Ormai siamo noi che facciamo ricerca su disegni e colori, anche grazie al consistente archivio storico di cui disponiamo, e poi proponiamo una gamma di scelte agli stilisti», spiega Silvio) ci sono da superare le dure crisi del settore tessile negli anni Sessanta e Settanta (innescate da fattori dipendenti dal mondo della moda e da problemi di sovraproduzione) e quella – ancora più grave, in pratica strutturale – che ha origine negli anni Novanta con il massiccio arrivo di prodotti dai Paesi emergenti. «Il tessile è uno dei primissimi settori industriali cui si rivolge una nazione in via di sviluppo. Non richiede attrezzature particolarmente evolute o costose e si può giovare del basso costo degli operai», nota ancora Albini, aggiungendo però subito: «Questo non significa che sia un settore decotto. Anzi, il tessile moderno, quello che è sopravvissuto, quello che ogni sei mesi reinventa tutto il proprio prodotto rivolgendosi

Codice abbonamento: 091382

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ALBINI

CORRIERE DELLA SERA
SETTE

Settimanale

Data 04-04-2014
Pagina 80/82
Foglio 3 / 3

GIOVANNI MARCHESI (3)

Stile anglosassone
1 - Una vetrina con le camicie Thomas Mason, prodotte da Albini, presso le Telerie Spadari, di Milano. **2** - Antichi esempi di tessuti, provenienti dall'Italia e dall'estero. **3** - Alcuni antichi "pattern book" inglesi conservati gelosamente dalla famiglia Albini: nell'archivio storico Thomas Mason acquisiti da Albini sono conservati oltre 700 volumi.

a un mercato esigente e sofisticato, è oggi un settore estremamente dinamico. Noi siamo orgogliosi di essere un'impresa manifatturiera in questo campo e, soprattutto, di dimostrare che si può ancora crescere. Oltretutto ora copriamo l'intera filiera perché, un anno e mezzo fa, nello stabilimento di Ceto, vicino a Brescia, in collaborazione con gli svizzeri di Niggeler & Kupfer, abbiamo riportato in Italia la filatura cotoniera di alta gamma».

La sfida con i maestri inglesi. A riprova dell'ottimismo bastano un paio di dati: i dipendenti di Albini, oggi, sono oltre 1.300 nel mondo, più che in qualunque altro momento della vita aziendale, un raro esempio di come si possa accrescere l'occupazione anche rispetto ai più fulgidi anni del boom economico italiano; quanto agli stabilimenti, dall'unico del 1990, quello di Albino, ora sono diventati otto, di cui cinque in Italia, due in Egitto vicino ai campi di cotone e uno in Repubblica Ceca.
La svolta dell'ultimo trentennio risente molto dell'ingresso in azienda, nel 1981, della quinta generazione e di Silvio in particolare. Ha studiato economia alla Bocconi e spinge molto in direzioni fino ad allora non troppo approfondite, ovvero le forme della commercializzazione dei prodotti e l'export: «Cominciai occupandomi delle vendite, l'acquisto delle balle di cotone era considerato il cuore della nostra impresa, un territorio sacro riservato allo zio Giancarlo». Nel giro di pochi anni, però, la sua impronta comincia a farsi sentire. Siamo ai primi anni Novanta. È il grande salto di Albini verso l'assoluta eccellenza mondiale: «Io sono molto anglofilo, mi affascinava il gusto britannico nella camiceria. Ora, erano in vendita tre marchi inglesi ricchi di storia, ci abbiamo pensato bene poi abbiamo deciso di acquistarli, nel senso che abbiamo rilevato la rete di agenti, il marchio e l'archivio, il software in un certo senso. La produzione l'abbiamo perciò portata qui, mollando gli impianti che erano decrepiti. Così abbiamo unito il meglio della tradizione inglese e italiana». Un marchio è rimasto "in sonno". Due sono attivi. Uno è Thomas Mason, una ditta fondata a Nelson-Lancashire nel 1796, che, fra l'altro, permette ad Albini di fregiarsi della qualifica di fornitore Turnbull&Asser, lo storico camiciaio di Buckingham Palace. L'altro è David&John Anderson, scozzese, azienda fondata a Glasgow nel 1822, e quanto a blasone non è da meno, tanto più che lo può vantare anche in campo letterario, citato da Stendhal in *Il rosso e il nero*: «Ma che diavolo, questi sono i primi elementi, caro Sorel, siete dunque proprio uno scolaretto? Entriamo in questo negozio; ecco un bel colletto nero, si direbbe una creazione di John Anderson di Burlington Street: usatemi la cortesia di comprarlo e di buttare via codesta ignobile corda nera che avete al collo». Tradizioni e radici, poi, si riverberano nel sensazionale archivio di antichi volumi dove sono raccolte infinite fantasie cromatiche pensate e sperimentate nel corso del tempo. Centinaia, alcuni di oltre 150 anni fa, quelli di John Anderson, mentre il più antico dell'archivio Thomas Mason risale al 1845: «All'inizio dominavano i colori tenui in tutte le nuances dei marroni, rossi, gialli e verdi, in quanto le tinture erano naturali e ottenute dall'estrazione del colore dalle piante e dai fiori», spiega Albini. Un patrimonio valido a tutt'oggi. Vi attinge quotidianamente, preparando i tessuti da proporre alla scelta degli stilisti, il reparto creativo dell'azienda, continuamente potenziato anche grazie a Fabio, il direttore, cugino di Silvio: «Guida gli uffici stile che disegnano i tessuti. Ogni sei mesi noi creiamo più di 10.000 nuove varianti, tra le collezioni stagionali e i tessuti pensati e realizzati in esclusiva per i brand più importanti del lusso».

39 - continua

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PAESE CHE VAI, CAMICIA CHE TROVI

Gli americani preferiscono il bianco

Dall'alto della sua competenza, Silvio Albini definisce il gusto dei vari Paesi: «In Gran Bretagna piacciono molto i disegni e le tinte forti, mentre in Italia si scelgono motivi più fini e sottili. I francesi sono raffinati e audaci e non esitano a indossare tinte pastello come rosa, malva o verdi di varie tonalità. Il tedesco è netto, predilige colori forti. Negli Stati Uniti, invece, domina l'oxford come tessuto, mentre, fra i colori, vanno le tinte unite e, più che altrove, il bianco».

Codice abbonamento: 091382

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ALBINI