

COTONIFICIO ALBINI

Albini: «Pronto il tessuto anti-virale, risultati incoraggianti»

Stefano Albini, presidente della storica azienda della Val Seriana: «La tecnologia ha dimostrato di assicurare una protezione attiva da virus e batteri»

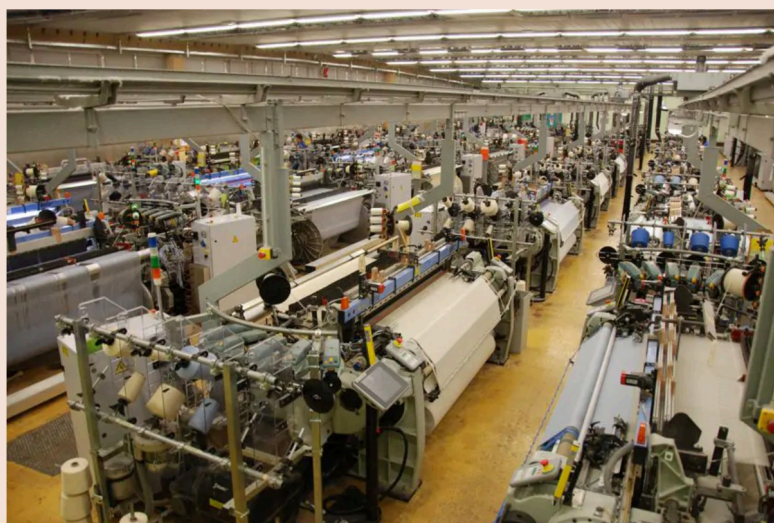
di Luca Benecchi

🕒 4' di lettura

Erano i giorni della pandemia che colpiva duro la Val Seriana. Anche Stefano Albini era chiuso nella sua casa di Bergamo. Un po' a soffrire per quello che stava accadendo, un po' a pensare. A farsi delle domande sul futuro e organizzare l'emergenza del suo Cotonificio, uno dei più importanti produttori di tessuti europei.

«Non ci siamo mai fermati completamente. E tra una telefonata e l'altra ci fu anche quella di un fornitore che ci proponeva di sviluppare insieme un'idea». «Così – racconta Albini – abbiamo capito che l'innovazione e il trattamento chimico dei tessuti poteva dare grandi risultati della lotta al Covid-19». Qualcosa in questo ambito era già stato testato nell'esperienza della Sars, ma non bastava. Bisognava applicarlo al nuovo Coronavirus.

«Quello che abbiamo sviluppato sui tessuti è una formula di fissaggio che abbiamo chiamato ViroFormula. Una tecnologia che ha dimostrato di poter assicurare una protezione attiva da virus e batteri». Un risultato che si ottiene attraverso una combinazione di elementi a base d'argento, che genera un effetto antivirale e antibatterico. «In pratica – continua Albini – si sfruttano i liposomi come acceleratori per distruggere i virus in pochi istanti». I liposomi sono i vettori che servono a trasportare il principio attivo nei tessuti.



I tessuti in ViroFormula potrebbero essere utilizzati per la produzione di mascherine, camici, camicie, giacche e pantaloni

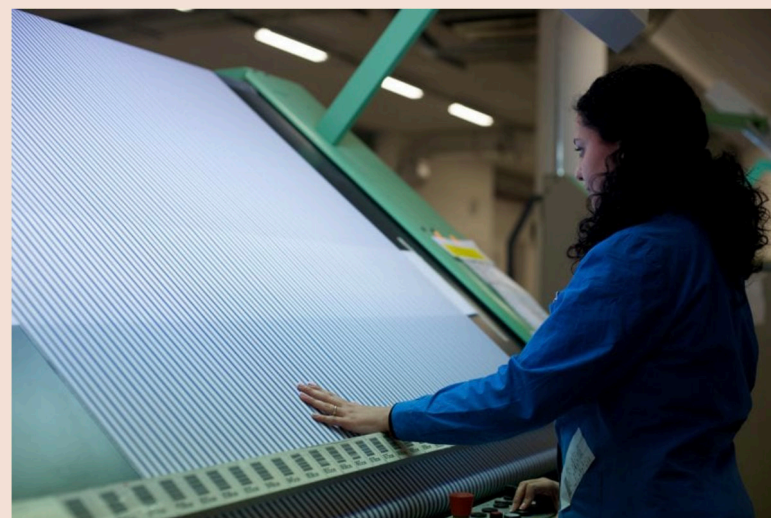
«Tessuto certificato»

Secondo l'azienda è un trattamento certificato e totalmente sicuro per le persone e l'ambiente, sviluppato in collaborazione con un'azienda specializzata in ausiliari chimico-tessili tecnologicamente avanzati. «Al momento abbiamo prodotto diversi tessuti con questa tecnologia e - dice ancora Albini - stiamo completando gli ultimi test. I primi risultati sono molto positivi sia in termini di performance che di durata».

I tessuti trattati con il brevetto ViroFormula potrebbero essere utilizzati per la produzione di mascherine, camici, camicie, giacche, pantaloni e ogni altro tipo di indumento. Inoltre, il procedimento di fissaggio non è dissimile da quello più comune della impermeabilizzazione.

Una possibile svolta di tipo industriale e di prodotto che arriva proprio dalle zone che hanno pagato maggiormente per questa pandemia, sia in termini di vittime che di perdite sociali ed economiche.

La ricerca è da anni la chiave produttiva e competitiva di quest'azienda: da poco è stato inaugurato Albini Next, un Think Tank nato per guidare il cambiamento nel tessile, fondato sull'evoluzione del know-how e su partnership industriali e accademiche. L'obiettivo, appunto, è creare nuovi materiali e tecnologie applicate, come le nuove tinture naturali, il riciclo in varie forme o processi di tracciabilità. A questo percorso ora si aggiunge quest'ultimo progetto sui tessuti anti-virali.



Albini Group ha 1300 dipendenti e sette centri produttivi

Basterà tutto questo per uscire dall'emergenza? «Al momento - sussurra Stefano Albini - il conforto sono le mail di solidarietà dei tanti dipendenti che ci scrivono di tenere duro. La cosa importante è che tutti si sentano comunque parte di una comunità, una comunità ferita ma che ha la forza di ripartire».

Al servizio dei giganti del lusso

Questa di Albino è la fabbrica di tessuti per camicie dove si servono i giganti del lusso mondiale. Da Kering a Lvmh, con i marchi di Gucci ed Hermes. Tra gli italiani Armani, Cucinelli, Zegna. E nonostante questo, oggi sono più le domande che le certezze. Come ripensare il lavoro in azienda, il futuro degli ordini, la ripresa dei consumi, il destino di mercati come gli Stati Uniti e l'Asia.

I telai hanno ripreso a funzionare dopo la chiusura del 16 marzo. Ora è operativo circa il 30% dei dipendenti, anche se per occuparsi di queste grandi macchine tessili non serve troppa vicinanza. Qui il distanziamento era già nelle cose in diverse fasi della produzione già prima del Coronavirus.

I numeri del gruppo

Albini Group conta oggi su sette stabilimenti (di cui quattro in Italia), per un totale di oltre 1.300 dipendenti ed è il maggior produttore europeo del comparto. Il gruppo aveva già chiuso il 2019 con un fatturato consolidato a 142 milioni, in calo del 6% rispetto all'anno precedente a causa della ristrutturazione internazionale del settore moda.

Tra le incognite quella degli investimenti. Tutta la sfida della sostenibilità del prodotto tessile avrà un futuro o la pandemia metterà in dubbio anche questa? Perché il Cotonificio negli anni ha puntato tutto sul controllo diretto dell'intera filiera produttiva, dal campo di cotone egiziano o caraibico alla nobilitazione del tessuto. Condizione essenziale per poter tracciare, controllare e rendere trasparente ogni passaggio, assicurando la massima sostenibilità di ogni metro di tessuto.

Quale destino per la filiera?

Stefano Albini rappresenta la quinta generazione della famiglia che da 144 anni è l'anima dell'industria tessile di questa valle. «Non siamo ancora in grado di capire quello che sarà il futuro, perché nel sistema moda molte aziende sono ferme o in cassa integrazione. Per quello che ci riguarda posso anche arrivare a immaginare un dimezzamento del fatturato in questo 2020». E molto dipenderà dalla riapertura dei negozi e dalla ripresa del turismo internazionale che è uno dei fattori trainanti del lusso. Ma il vero grido d'allarme è quello sul destino della filiera, delle piccole aziende italiane che rischiano di finire ancor di più nell'orbita dei grandi gruppi.



Stefano, Fabio e Andrea Albini

«Dobbiamo salvare il made in Italy che sta rischiando di morire – conclude Albini -. Questa crisi rischia di essere insostenibile da un punto di vista finanziario e dimensionale». Senza troppi giri di parole, lo scenario post tsunami da virus conduce in una strada obbligata. A senso unico. «Dovremo forse superare vecchie diffidenze e aprire la stagione di nuove fusioni o acquisizioni tra noi piccole e medie aziende. Altrimenti nei prossimi anni scalare i mercati mondiali sarà difficilissimo».