

## L'INTERVISTA ALBERTO CANDIANI.

Al vertice della Candiani Denim, 620 dipendenti  
«Da **Canepa** l'acquisizione del brevetto Kitotex»

# «Sostenibili nel Dna E il jeans a fine vita diventa fertilizzante»

EMANUELA LONGONI

nnovazione e sostenibilità, binomio non solo possibile, ma scientificamente dimostrabile anche nell'industria tessile cotoniera.

Prova evidente ne è la Candiani Denim. Azienda di famiglia fondata nel 1938 e guidata oggi da Alberto Candiani, si trova a Robecchetto con Induno, nella riserva naturale del Parco del Ticino; rinomata a livello internazionale, ha 620 dipendenti di cui 85 assunti nel 2022.

**Come si concretizza l'innovazione e la sostenibilità all'interno della Candiani Denim?**

Dobbiamo, a mio parere, partire dalla fama, diventata poi stereotipo, che il tessile purtroppo si è guadagnato negli ultimi decenni; quella cioè di essere un'industria che consuma, spreca e spesso non si preoccupa dell'ambiente. Questo è vero soprattutto nel tessile cotoniero - e noi produciamo tela jeans - ma per un semplice motivo: il Denim è sempre stato considerato una commodity da produrre su larga scala e con grossi volumi. Per essere più produttivi molti imprenditori hanno scelto scorciatoie; ciò, insieme

all'utilizzo di prodotti chimici meno costosi e spesso di qualità peggiore, ha comportato lo spreco massiccio di risorse, a partire dalle fibre e dall'acqua che oltre ad essere sprecata veniva anche contaminata. Due anni fa abbiamo acquistato il brevetto Kitotex dalla comasca **Canepa**; è stato un investimento importante, ma le applicazioni che abbiamo sviluppato hanno implementato il brevetto originale in modo notevole



Alberto Candiani

**Qual è il valore aggiunto di questo prodotto?**

Il Kitotex prevede l'utilizzo di un polimero biodegradabile di origine naturale funginea che non solo non contamina l'acqua, ma ne contribuisce alla purificazione.

Spesso non si parla della presenza di plastiche sul tessuto anche quando questo non è composto da fibre sintetiche. Dopo la tintura i fili venivano, e vengono ancora, ricoperti di alcol polivinilico, o plastica liquida, che poi finisce nelle acque. Il Kitotex costa molto, ma per scelta la Candiani Denim non cerca scorciatoie. Abbiamo investito in un ingrediente smart che rende smart la nostra produzione, ma il nostro prodotto costa inevitabilmente

di più.

**Quale ritorno avete?**

Abbiamo un fatturato di 100 milioni e puntiamo a raggiungere i 110; produciamo 20 milioni di metri lineari di tessuto all'anno, per 15 milioni di capi all'anno che vengono realizzati con i nostri tessuti. I nostri clienti storici sono Levi's e Hugo Boss, però circa il 35% del fatturato è costituito dai premium brand californiani e abbiamo anche una piccola sede a Los Angeles.

Gli Stati Uniti rappresentano il 40% del nostro fatturato; l'Europa il 35%, con un 5% per il resto del mondo; l'Italia è solo il 10%, perché molti marchi italiani comprano in Turchia per risparmiare.

Siamo gli ultimi produttori di denim rimasti sul mercato in Europa e stiamo facendo un grande lavoro di comunicazione delle nostre best practices. I nostri prodotti sono migliori degli altri e migliori non significa solo più belli e più performanti, ma anche e soprattutto più puliti.

Questo può essere provato tangibilmente su base scientifica e questo è un plus.

Siamo conosciuti nel mondo perché vendiamo Premium Denim, da Premium Price, il prezzo cioè che si è disposti a pagare per un prodotto migliore.

Ci trovavamo ad operare seguendo le regole di una riserva naturale che ci ha imposto investimenti importanti per riuscire a limitare l'impatto sull'ambiente circostante, ma abbiamo deciso di trasformare questi vincoli in un vantaggio competitivo facendo diventare sostenibilità e qualità, ciò che ci contraddistingue.

**Scommettere sulla sostenibilità sembra che paghi quindi; per quanto riguarda l'innovazione invece come vi muovete?**

Sostenibilità e innovazione sono un connubio inscindibile per la Candiani. Sentiamo parlare di crisi del tessile, ma il tessile è legato alla moda e la moda non si perde. Abbiamo perso i volumi, è vero, ma è rimasta l'eccellenza che, se prima si specializzava nei prodotti di fascia alta, oggi punta a sostenibilità e innovazione.

Il picco dell'innovazione sostenibile si chiama Coreva ed è un nostro brevetto. La nostra azienda è altamente specializzata in tessuti elasticizzati; abbiamo creato una tecnologia biostretch e invece di utilizzare elastici convenzionali sintetici, abbiamo brevettato un elastico di origine naturale e rinnovabile, una forma di gomma naturale e biodegradabile.

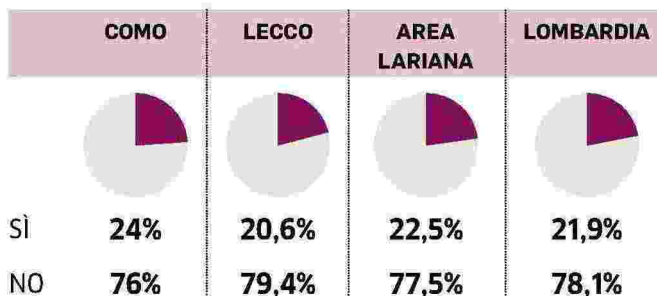
Gli scarti dei tessuti - o un jeans arrivato a fine vita - devono essere riciclati e quando non è possibile possono essere utilizzati come fertilizzante organico in agricoltura; in questo modo completiamo scientificamente il nostro modello di circolarità.

**Il vostro prossimo passo?**

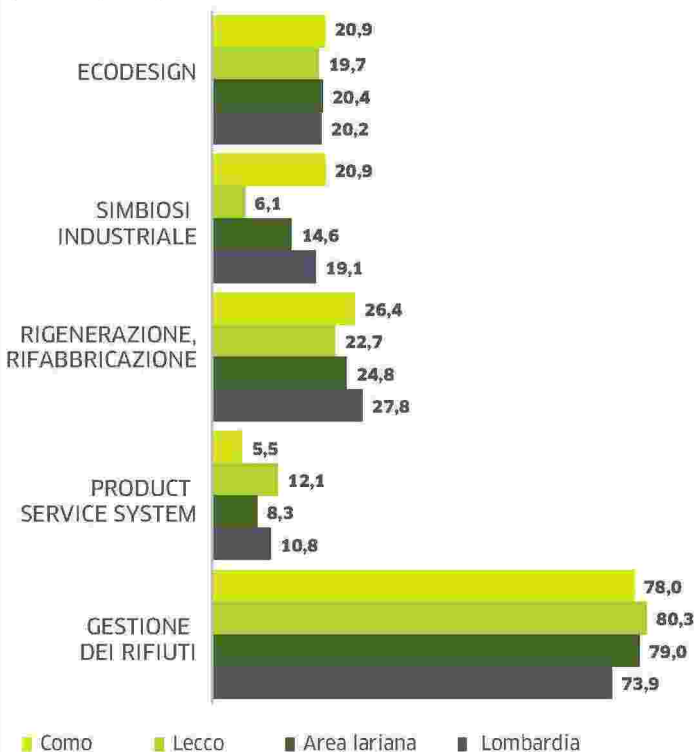
A Milano abbiamo aperto la Candiani Store dove facciamo anche jeans su misura, a km zero, su misura con altissime possibilità di personalizzazione del modello, dalla scelta del tessuto, a quella del filo con cui lo si cuce, agli accessori e ai bottoni e tutto con partner italiani. Vogliamo un cambio di paradigma coinvolgendo il cittadino nella scelta sostenibile; B2C per noi non è più business to consumer, ma business to citizen.

## Le imprese lariane e l'economia circolare

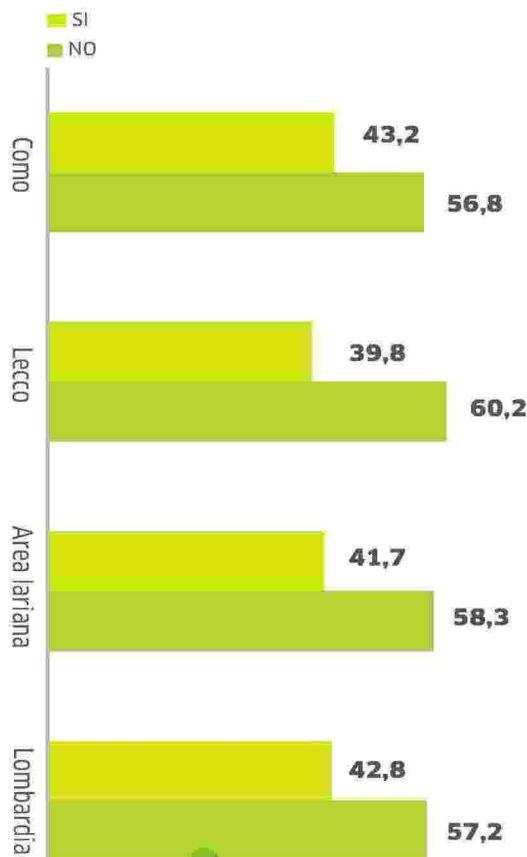
Aziende che hanno intrapreso o pensano di intraprendere azioni di economia circolare



Tipologia di azioni di economia circolare che le aziende hanno intrapreso o pensano di intraprendere (possibili più risposte)



Aziende che, nei prossimi tre anni, investiranno o realizzeranno interventi legati alle tecnologie green



FONTE: Unioncamere Lombardia

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

154489