

# PAMBIANCO MAGAZINE

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA MODA E DEL LUSSO

Il green alza le **VELE**.  
Tra Pitti e Milano,  
l'importante è  
mandare segnali  
sull'ambiente.  
La sostenibilità aiuta  
anche i conti  
dei **TOP15** dei tessuti.  
Mentre il bimbo  
studia **CINESE**



ISSN 2421-7174



# 7/8

LUGLIO/AGOSTO '19

COVER BY CHRISTIAN BRANDI

di Milena Bello

# A monte della filiera sboccia il **GREEN**. Il mercato premia la sostenibilità del tessile italiano: **+4,5%** per la **TOP15**

La moda è sempre di più alla ricerca di soluzioni green. I grandi brand iniziano a farne un driver strategico, con progetti che puntano sempre più chiaramente a valorizzare (cioè, rendere visibili) gli sforzi al consumatore. E se il fashion chiama a raccolta la filiera sul tema della sostenibilità, il tessile italiano risponde all'appello portando in dote non solo assetti produttivi all'avanguardia sul fronte dei consumi energetici e di acqua, ma anche linee di prodotto specificatamente eco che trovano un riscontro positivo sia che si tratti di tessuti naturalmente green come le lane, sia che si parli di tessuti tecnici. L'attenzione alla sostenibilità si conferma essere, quindi, uno degli assi nella manica per il settore tessile italiano, e uno dei motivi che stanno spingendo le performance del comparto, come conferma l'analisi condotta da **Pambianco Strategie di Impresa** sui fatturati 2018 dei 15 principali gruppi italiani del segmento tessuti. Secondo lo studio, i ricavi dei 15 big hanno raggiunto 2,3 miliardi di euro, un valore in crescita del 4,5% rispetto al turnover generato l'anno precedente. Solo due sono stati i risultati in territorio negativo, dovuti, peraltro a questioni di riorganizzazione aziendale: Canepa che è recentemente stata riacquistata da Michele Canepa dal fondo gestito da Dea Capital Alternative Funds, e Gruppo Tessile Monti che ha salutato nel 2018 lo storico AD Luca Belenghi ed è tornata di nuovo sotto la guida della famiglia.

A ben vedere, tutti o quasi i gruppi considerati nello studio vantano collezioni sostenibili, studiate per rispondere alle esigenze richieste dal mercato. Per capire l'entità del fenomeno, basta guardare il vertice della classifica. Oltre al **gruppo Marzotto** (vedere box) tra i big attivi sul fronte sostenibile c'è il **Gruppo Carvico** che ha puntato da tempo sui tessuti riciclati. "La risposta del mercato a questi tessuti è stata da subito molto positiva e, dopo anni, si può dire che questa sfida si stia rivelando una scelta di successo". Attese positive confermate anche da **Limonta**, una delle prime aziende ad aver diversificato l'offerta commerciale. "L'azienda - sottolinea la realtà lecchese da 215 milioni di euro nel 2018 (+9,7%, i dati si riferiscono alla holding controllante Lifin) - è sensibile al tema della sostenibilità, in risposta anche alle maggiori richieste che arrivano dai nostri clienti". Ma non è sempre stato così. Lo racconta **Stefano Albini**, presidente del gruppo bergamasco da 152 milioni di euro di ricavi che lo scorso anno ha lanciato il progetto Traceable Fashion insieme a Supima, l'associazione di coltivatori di cotone, e Oritain, società specializzata nella tracciabilità, per dare vita a un tessuto scientificamente tracciabile al 100 per cento. "Siamo stati i primi ad introdurre una collezione di cotone organico. All'inizio il progetto non è stato accolto con forza e decisione. Ma oggi il mercato ci dà ragione, i risultati su queste linee sono molto positivi e sempre più studiamo anche dei prodotti esclusivi insieme ai nostri clienti". Se per il mondo dei tessuti tecnici il green apre nuove possibilità, nell'universo dei lanifici la sostenibilità rappresenta una carta da giocare soprattutto in tema di recycling e upcycling, ovvero del recupero di scarti di lavorazione di fibre pregiate, in una logica di economia circolare. Ne è un esempio il progetto di **Ermenegildo Zegna** che, a Milano moda uomo di gennaio e di giugno, ha presentato tessuti che sono diventati oggetto di produzioni limitate di capi che fanno parte dei progetti Oasi Cachemire e #UseTheExisting. La controllata Bonotto, a sua volta, ha realizzato la linea Gardening, con tessuti ottenuti con il riciclo delle bottiglie di plastica.

Tutti o quasi i gruppi considerati nello studio vantano collezioni sostenibili, studiate per rispondere alle crescenti esigenze richieste dal mercato della moda

## MARZOTTO, 2018 A +5%

Nel tessile, l'innovazione rappresenta il motore della crescita. Il gruppo Marzotto ne è la conferma. La storica realtà vicentina ha chiuso il 2018 con ricavi in crescita a 478 milioni (+5%). Al risultato ha contribuito la società Marzotto Wool Manufacturing, dedicata al mondo della lana e a cui fanno capo i marchi Marzotto (127 milioni di turnover), Guabello (37 milioni), Marlane (39 milioni), Fratelli Tallia di Delfino (25 milioni) e Estethia - G.B.Conte (17 milioni). Il giro d'affari della divisione Wool nel 2018 è salito di quasi un punto percentuale a 246 milioni. "I costanti investimenti in ricerca ed innovazione ci hanno permesso di crescere e di affermare

la leadership nel comparto", ha commentato Giorgio Todesco, CEO di Marzotto Wool Manufacturing. Uno dei progetti di punta del gruppo è legato alla sostenibilità. "Una responsabilità quotidiana da cui è nata Organic, una collezione di tessuti organici in lana, lino e cotone certificati, lungo tutto il processo produttivo, con l'indicazione GOTS, principale standard per la produzione di prodotti tessili realizzati con fibre naturali da agricoltura biologica. Il progetto è stato recepito molto bene dal mercato. È stato importante riscontrare come molti clienti abbiano la nostra stessa sensibilità e attenzione alla sostenibilità".

# TESSILE ITALIANO

## Classifica per fatturato 2018

