

Boom dei jeans, il denim Candiani al record di ordini

Industria/1

Ricavi già oltre i livelli 2019
Alberto Candiani: la crescita porterà 70 nuove assunzioni

Sale allarme sulla bolletta:
rincaro dai 600mila euro
di dicembre 2020 a 2 milioni

Luca Orlando

Lavorare 24 ore al giorno fino a venerdì non basta. Ora il ciclo continuo dovrà coinvolgere anche il sabato.

Sceita necessaria, quella di Candiani Denim, per affrontare la massa di ordini in arrivo, una domanda esplosiva di tessuti denim che porta la storica azienda lombarda già oltre i livelli pre-covid, quasi un unicum nel settore tessile.

«Abbiamo una visibilità di commesse fino a maggio-giugno - spiega il presidente Alberto Candiani - e in effetti era almeno da 15 anni che una situazione del genere non si verificava. Per questo stiamo assumendo 70 persone, entro Pasqua mi auguro di poter lavorare a pieno regime aggiungendo nuovi turni. Diversamente i tempi di consegna si dilateranno troppo». Da una media di sette settimane si è saliti ora ad un livello doppio, per effetto di una domanda

La domanda Usa traina: al lavoro 24 ore su 24 per gestire le consegne e nuovi turni anche al sabato

esplosiva di tessuto per jeans in arrivo soprattutto dagli Stati Uniti, da sempre primo mercato ma mai in grado di superare, come accade ora, il 50% dei ricavi. Previsti oltre i 100 milioni di euro a fine anno, ancora in crescita dopo un 2021 scintillante. Con vendite oltre gli 86 milioni, in progresso di quasi il 40% rispetto al 2020 e in lieve crescita anche nel confronto con il 2019. «Impennata legata soprattutto ai volumi - aggiunge Candiani - perché i ritocchi di prezzo legati alla corsa delle materie prime sono stati effettuati quasi interamente solo quest'anno. Il mercato Usa è ripartito prima, con i maggiori clienti a chiederci una pianificazione certa delle consegne. Mentre l'Europa si risveglia solo ora, ed è qui che facciamo più fatica a soddisfare le nuove commesse in arrivo».

Domanda che premia le scelte strategiche dell'azienda, da tempo impegnata sul fronte della sostenibilità, attraverso innovazioni di prodotto e processo in grado di portare sul mercato prodotti particolari, utilizzando anche gomma naturale in sostituzione degli elastomeri sintetici. «Il passo

avanti - spiega - è la possibilità di realizzare tessuti non solo riciclabili ma anche biodegradabili e compostabili, realizzando quel percorso di economia circolare che rappresenta una via obbligata verso il futuro. L'innovazione sostenibile è la chiave per il nostro sviluppo, strada che ci consente tra l'altro di ottenere prezzi medi più elevati».

Nei confronti della concorrenza turca, ad esempio, il prezzo unitario dei tessuti è superiore nella media almeno del 50%, confermando il valore della scelta strategica adottata: smarcarsi dalla mera concorrenza di prezzo per puntare invece su prodotti di fascia alta e contenuti tecnologico-ambientali superiori.

«In passato, rispetto ai turchi il gap nostro favore era di tipo estetico. E oggi che quella differenza si è erosa abbiamo ricreato una distanza lavorando sulla sostenibilità. Quando ancora di questi concetti non si parlava - aggiunge Can-



La produzione in Lombardia. Lo stabilimento di Candiani alle porte di Milano

diani - abbiamo scelto la strada del cotone organico e rigenerativo, incentivando coltivazioni sostenibili nel rispetto del suolo e della biodiversità. Tre anni fa abbiamo ottenuto questa certificazione (Regenagri) e credo che il mercato oggi stia premiando anche quella scelta».

L'azienda, fondata nel 1938, con le nuove assunzioni si avvicina alla soglia delle 600 unità, personale che lo scorso anno è stato in grado di realizzare 18 milioni di metri di tessuto, in gran parte acquistato da clienti Usa, tra

cui Levi's. Per una piccola parte della propria produzione l'azienda arriva anche al consumatore finale, attraverso il negozio aperto a Milano, affiancato da una micro-fabbrica che realizza jeans su misura.

«Purtroppo la pandemia non ha aiutato - spiega - ma da settembre l'attività è partita: adesso i numeri sono buoni. In generale per noi le prospettive restano positive ma è chiaro che i nostri listini non potranno restare fermi a lungo. I prezzi del cotone, dei prodotti chi-

mici e degli elastomeri sono aumentati in pochi mesi del 40-50% e questo è ancora nulla rispetto all'energia. Se a dicembre 2020 avevo una bolletta di 600mila euro ora siamo oltre i due milioni e l'aumento produttivo spiega solo una piccola parte di questa crescita. Di fatto stiamo producendo in perdita e quindi i nostri listini dovranno muoversi di conseguenza. E le assicuro che ribaltare a valle tra i clienti questi aumenti non è affatto una passeggiata».

© RIPRODUZIONE RISERVATA