



Il tessile che reagisce Sitip valuta acquisizioni

Partnership. Obiettivo dell'azienda di Cene è rilevare la maggioranza L'a.d. Pezzoli: l'Europa metta in campo politiche per tutelare le filiere

FRANCESCA BELOTTI

La partita è la stessa, ma da una parte c'è un giocatore che si attiene alle regole, dall'altra un battitore libero che si muove godendo di ampia autonomia. E, in estrema sintesi, la sfida quotidiana tra le aziende tessili italiane - e non solo - e quelle asiatiche, cinesi in primis. Basti un esempio: «Prima di acquistare da noi, le grandi multinazionali vengono in azienda a fare un audit», spiega Giancarlo Pezzoli, amministratore delegato della Sitip di Cene. E fin qui non ci sarebbe nulla di male. Il punto è che l'atteggiamento cambia «quando acquistano da produttori asiatici: in questo caso chiedono un'autocertificazione».

E allora tutti gli sforzi fatti e l'impegno profuso sembrano vani. «Noi siamo già al terzo bilancio di sostenibilità, ci adoperiamo per produrre al massimo in maniera sostenibile, utilizzando prodotti sempre meno impattanti sull'ambiente, con basse emissioni, mentre i nostri concorrenti asiatici non fanno questo». In più c'è un problema di inquinamento legato alle importazioni attraverso il trasporto navale dall'Asia: in un anno una nave inquina quanto 50 milioni di auto.

E naturalmente disparità di questo tipo impattano anche sui conti. «L'azienda, in termini

di volumi, sta replicando le performance del 2023. Volumi che rispetto al 2022 si erano contratti di circa il 20%», afferma Pezzoli, alla guida - insieme alla sorella Silvana, vice presidente e direttore commerciale - della società tessile della Valle Seriana. Un gruppo con 630 dipendenti e un fatturato consolidato che l'anno scorso ha toccato i 98 milioni. «Ad oggi il nostro lavoro principale è adattare la struttura aziendale e produrre profitti con volumi inferiori».

Un calo dovuto a più fattori, come rileva l'a.d.: «Certamente la situazione geopolitica ha influito (con ricadute anche sui costi energetici), l'aumento dei tassi di interesse ha portato a una flessione importante dei consumi di prodotti per la vita quotidiana a favore di servizi, come ad esempio vacanze e ristoranti».

Ed è una situazione che «per quanto ci riguarda si sta protrahendo da un anno e mezzo». C'è stata un'invasione dei prodotti asiatici che non ci ha certamente aiutato nel posizionamento dei nostri - dice Pezzoli - i costi dei noleggi prima della pandemia si aggiravano intorno ai 3 mila euro a container, con l'emergenza sanitaria erano arrivati a 18 mila euro e questo ha frenato un po' le importazioni, per poi scendere, a settembre dell'anno scorso, a mille euro e

adesso, con i problemi nel Canale di Suez, sono risaliti a 4 mila euro».

A fronte di un quadro molto complesso per il tessile, la strategia di Sitip è «puntare a minori costi per stare sul mercato e crescere attraverso nuovi prodotti e partnership con aziende». A riguardo, come accaduto per l'Accoppiatura di Asolo (in provincia di Treviso), di cui Sitip ha rilevato la maggioranza nel 2019, «stiamo valutando acquisizioni di società italiane», conferma Pezzoli.

L'azienda bergamasca è presente, oltre che a Cene (360 dipendenti), anche a Malta (240 addetti) ed è attiva nella produzione di tessuti tecnici per applicazioni industriali (il retro delle carte abrasive per intendere) e di tessuti elasticizzati per l'abbigliamento sportivo, vedere alla voce ciclismo. Ma «adesso siamo entrati anche in altri sport come il running e il golf, dove questi tessuti sono apprezzati per comodità e performance e sono richiesti anche da brand di lusso internazionali».

«I primi sei mesi del 2024 sono in linea con lo stesso periodo dell'anno scorso - spiega Pezzoli -. Contestualmente abbiamo adeguato i costi, stiamo utilizzando un ammortizzatore sociale (il contratto di solidarietà)





e stiamo cercando di massimizzare la programmazione della produzione e di fare sempre più qualità per recuperare quelle marginalità che non abbiamo più».

Oltre agli investimenti di mantenimento e sulle certificazioni, Sitip, non da oggi, sta investendo anche sulle persone: «Durante la pandemia abbiamo assunto un centinaio di giovani, tutti under 30». E qualunque sia la funzione che andrà a ricoprire un neo assunto, fosse anche quella di addetto alle vendi-

te, prima trascorre un periodo in produzione, per «meglio capire cosa andrà a vendere».

Tirando le somme, l'augurio di Pezzoli è che «l'Europa protegga le proprie filiere industriali attraverso politiche dedicate per aiutare le imprese a combattere ad armi pari».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Adattare
la struttura
aziendale
e produrre profitti
con volumi inferiori»**



Il gruppo con quartier generale in Valle Seriana ha un fatturato aggregato di 98 milioni

