

Canepa (+4%) prepara nuovi brevetti green



Elisabetta Canepa e alcune sciarpe

Coniugare sostenibilità e vantaggi economici. Confermare il ruolo di leader nel tessile/abbigliamento di fascia alta e dare impulso all'evoluzione degli eco-brevetti. Vanno in questa direzione gli sforzi di Canepa, gruppo comasco guidato da Elisabetta Canepa, che a Milano Unica ha illustrato gli avanzamenti di SaveTheWater, brevetto che, grazie al chitosano, sostanza atossica derivata dall'esoscheletro esterno dei crostacei, contribuisce ad una produzione priva di alcol polivinilico, fissatori e cloraggi, nonché a un risparmio di acqua del 30% e di energia del 25%. A garanzia dei consumatori Canepa ha sottoposto la propria filiera all'esame dell'Associazione Tessile e Salute, emanazione del ministero della Salute e responsabile del controllo dei prodotti tessili che approdano sul mercato nazionale. Oltre che nella produzione interna all'azienda per il segmento cravatteria e sciarpe, risultati importanti sono stati raggiunti anche dalla prima applicazione industriale in partnership con Italdenim e con la

marchigiana Cariaggi, apripista di licenze che nei prossimi mesi includeranno griffe del lusso, al momento top secret. Gli investimenti di Canepa, prima impresa tessile ad aderire alla campagna Detox di Greenpeace, vanno inoltre in direzione dell'eliminazione della metacrilamide dai processi di filatura e tessitura e del perfezionamento di un brevetto anti-fiamma per tessuti ultra leggeri come chiffon, georgette e organza. «Quest'ultimo procedimento permette di reintrodurre nel mercato alcuni tessuti molto importanti della tradizione tessile che stavano per essere abbandonati dall'industria della moda proprio per la difficoltà a superare vincoli legislativi all'importazione adottati dagli Usa e dalla Scandinavia», ha raccontato Alfonso Saibene Canepa, responsabile della supply chain del gruppo. L'azienda ha archiviato il 2014 con un giro d'affari di 104,3 milioni di euro, in crescita del 4% rispetto al 2013, e un ebitda al 12,7%, quasi il 2% in più rispetto all'anno precedente. Circa metà del fatturato è stato generato dai mercati esteri, Europa e Stati Uniti in testa. Le vendite di cravatte, sciarpe e costumi da bagno, prodotti oltre che commercializzati direttamente, hanno inciso sui ricavi per circa il 52%.