



Rassegna stampa 2020

selezione articoli "Advanced Textile Solutions"





RadiciGroup : Schaffung gemeinsamer Werte ist langfristige Vision

RadiciGroup -Schaffung-gemeinsamer-Werte-ist-langfristige-Vision/(gallery)/1">

RadiciGroup -Garn.jpg" alt=" RadiciGroup -Garn.jpg" width="" height="" id="f85173f">

Mit ca. 3.100 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von 1.092 Millionen Euro im Jahr 2019 und einem Produktions- und Vertriebsnetzwerk in Europa, Nord- und Südamerika und Asien, gilt die RadiciGroup heute als weltweit führender Herstellern einer breiten Palette an Produkten und Lösungen für die Textilindustrie. © RadiciGroup

Angelo Radici, Präsident der RadiciGroup :

„Engagement für eine nachhaltigere Entwicklung in wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Hinsicht ist ein aktuelles Thema, auch und vor allem in einer solch schwierigen Zeit, wie wir sie gerade erleben. Tatsächlich spielt sie eine strategische Rolle für den wirtschaftlichen und sozialen Aufschwung und ist von grundlegender Bedeutung für die Sicherung einer besseren Zukunft für die kommenden Generationen. In einem tiefgreifend veränderten Kontext ist der Austausch von Zielen, Anstrengungen und Erfahrungen eine wichtige Voraussetzung, um weiter zu wachsen. Auch 2019 haben wir unserer Mission eine konkrete Form gegeben und durch Initiativen, die wir mit all unseren Stakeholdern teilen, dauerhafte Werte geschaffen. Wir haben zusammengehalten und konnten so auf die Schwierigkeiten und Veränderungen im Markt reagieren. Dies lässt mich zuversichtlich in die Zukunft blicken, auch wenn noch schwierige Monate vor uns liegen.“

- **Der Nachhaltigkeitsbericht der Gruppe basiert auf Daten von 22 Standorten in aller Welt sowie der Holding und hebt konkrete Maßnahmen und Ergebnisse hervor. Eine positive Bilanz dank des kontinuierlichen Engagements, geschäftliche Ziele mit der Optimierung von Ressourcen und dem Schutz der Gemeinschaften und Menschen vor Ort zu verbinden. So trägt die RadiciGroup dazu bei, die Ziele der UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung zu erreichen.**

Mehrwert für die Lieferkette

Das Engagement der RadiciGroup beginnt bei der eigenen Lieferkette, aus der sich ein Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen und ein Mehrwert für die gesamte Wertschöpfungskette ergeben. **Ein vorbildliches Modell, das auf dem Austausch mit Lieferanten, Kunden, Verbänden und Partnern sowie auf einem Geschäftsmodell basiert, das sich an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft orientiert.** Das Ziel ist die Schaffung langlebiger und hochwertiger Produkte, die mittels Investition in Innovationen, Verwendung wiederverwertbarer Rohstoffe mit geringem Umwelteinfluss, Einsatz erneuerbarer Energien, Minimierung von Abfällen, Optimierung von Prozessen und Einführung strenger Maßstäbe zur Bestimmung der Umweltauswirkungen realisiert werden.

2019 hat die RadiciGroup ihr Angebot an Produkten mit verringertem Umwelteinfluss um Rencycle erweitert

Diese Familie an Garnen basiert auf recyceltem Polyamid, lässt sich am Ende der Gebrauchsdauer zu 100 Prozent recyceln und eignet sich für Anwendungen in den Bereichen Textilien/Mode, Interior Design und Automobil. Rencycle verbraucht über 87 % weniger Energie und 90 % weniger Wasser und besitzt technische Eigenschaften, die mit denen von Neuware vergleichbar sind. Zudem trägt es dazu bei, die CO₂-Emissionen um 90 % zu reduzieren.

Für die RadiciGroup ist die Umwelt ein besonders wichtiger Faktor, was zahlreiche Initiativen und bedeutende Investitionen unterstreichen. So hat das Unternehmen im Jahr 2019 7,6 Millionen Euro bereitgestellt, um die Nachhaltigkeit seiner geschäftlichen Aktivitäten weiter zu verbessern.

Betrachtet man die erzielten Ergebnisse, so hat sich im Dreijahreszeitraum 2017-2019 auch der Index für die Vermeidung von Prozessabfällen pro verarbeitete Tonne verbessert und sank von

9,76 kg/t auf 8,85 kg/t (minus 9,3 %).

Beim direkten Primärenergieverbrauch zeigen die Daten für 2019 einen Rückgang sowohl in absoluten Zahlen (minus 13,6 %) als auch im Verhältnis zu den verarbeiteten Mengen (minus 2,8 %).

Zudem setzt das Unternehmen weiterhin auf erneuerbare Energien, wo immer es möglich ist.

So betrug der Anteil an Ökostrom im Energiemix des letzten Jahres 42,1 %. Zahlreiche Standorte werden mit erneuerbaren Energien betrieben, und für die italienischen Standorte liefert der Partner **Geogreen** Strom aus Wasserkraft. Auf Grund der im Jahr 2019 getroffenen Entscheidungen für den Einsatz umweltfreundlicher Energien ist es der **RadiciGroup** gelungen, im Vergleich zum sonst üblichen nationalen Energiemix 23,8 % mehr Treibhausgase einzusparen.

Weiterer wichtiger Faktor war die Senkung des Wasserverbrauchs bezogen auf den theoretischen Bedarf um 70 %, ein Plus von 5 % im Vergleich zu 2017. Darüber hinaus verwendet die **RadiciGroup** bei ihren Produkten kein Wasser und legt auch keine langfristigen Wasserreserven für ihre Aktivitäten an, so dass diese für die Gemeinschaften vor Ort verfügbar bleiben.

RadiciGroup

Mit ca. 3.100 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von 1.092 Millionen Euro im Jahr 2019 und einem Produktions- und Vertriebsnetzwerk in Europa, Nord- und Südamerika und Asien, gilt die **RadiciGroup** heute als weltweit führender Hersteller einer breiten Palette an chemischen Zwischenprodukten, Polyamidcompounds, technischen Hochleistungskunststoffen und fortschrittlichen textilen Lösungen, darunter Polyamidfasern, Polyesterfasern, Fasern auf Basis von Produktionsabfällen und nachwachsenden Rohstoffen, Vliesstoffe sowie Schutzausrüstungen für den Gesundheitssektor. Die Produkte können dank eines fundierten chemischen Know-hows sowie der vertikalen Integration in die Polyamid-Produktionskette realisiert werden und sind für den Einsatz in verschiedensten industriellen Bereichen wie Automobil – Elektrotechnik/Elektronik – Konsumgüter – Bekleidung – Möbel – Bau – Haushaltsgeräte – Sportartikel entwickelt worden. Die Strategie von **RadiciGroup** stützt auf eine große Aufmerksamkeit für Innovation, Qualität und Zufriedenstellung der Kunden sowie für die Themen der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit. Mit ihren Geschäftseinheiten Specialty Chemicals, High Performance Polymers sowie Advanced Textile Solutions ist die **RadiciGroup** Teil einer größeren Industriegruppe, die auch in den Bereichen Textilmaschinen (**Itema**), Energien (**Geogreen**) und Hotellerie (San Marco) aktiv ist.



Radici Group sets up R&D non-profit

GANDINO – The Radici Group has announced the founding of a non-profit consortium to develop new research and innovation projects. Called Radici InNova, it will focus on projects for the chemical, high performance polymers and advanced textile solutions sector that fit within the company's sustainability strategy. It says the new entity will "renew and strengthen its commitment to a development model that balances economic profitability with environmental sustainability and social equity". "The formation of Radici InNova represents an important milestone for the whole group on its path towards innovation, which was started many years ago," said Radici Group president Angelo Radici. Radici InNova will manage and coordinate all the group's strategic research activities, with the objective of continually improving products and processes, while optimising the

use of resources and lowering environmental impact. It will focus on five key areas: developing polymers from bio-source materials; producing chemical intermediates from natural sources; developing circularity; new business opportunities such as PPE; and the optimisation of industrial processes. Stefano Alini, head of the new company, commented: "Particularly at this stage, our goal is to contribute proactively to the restart of our industry through innovation and sustainability, two pillars of our group vision." **Web: bit.ly/2KbWByQ**



Cifra presenta il beachwear indemagliabile

11 Dicembre 2020 di Redazione

Beachwear 'Warp Knit Seamless' di Cifra

Niente fili e massimo comfort. Cifra introduce la sua tecnologia brevettata 'Warp Knit Seamless' nel beachwear. Grazie ad un attento body mapping sono state create sui capi aree funzionali specifiche che garantiscono una perfetta ventilazione. Un gioco di pieni, vuoti e sequenze che esaltano la silhouette. I costumi da bagno 3D in Warp Knit Seamless di Cifra sono indemagliabili, senza cuciture, avvolgenti, e in grado di asciugare rapidamente per un comfort totale. I capi possono essere utilizzati anche come body di lingerie.

Il progetto è anche sostenibile, gli indumenti sono realizzati sia in nylon premium 6.6 sia con filati riciclati pre e post consumer come Renycle di **Radici** Group , un nylon 6 ottenuto dagli scarti di produzione, oppure Econyl di **Aquafil** derivato dalla lavorazione delle plastiche recuperate negli oceani, abbinati entrambi ad un elastomero anch'esso riciclato per una sostenibilità integrale.



Radici group Releases Its Sustainability Report 2019: Creating Shared Value In A Long-Term Perspective

- Textile World
- Breaking News
- Fiber World
- Sustainability

November 26, 2020

BERGAMO, Italy — November 26, 2020 — In 2019, **Radici Group** continued to pursue the creation of value for its stakeholders: production chain, environment, employees, and local communities and territories. The Group's Sustainability Report, based on the data supplied by 22 industrial sites located all over the world and the parent company, highlights the Group's actions and achievements. Positive performance was achieved through continuous effort to harmonize business goals with optimal resource efficiency and to protect local communities and people. This is how **Radici Group** contributed to reaching the goals set out in the United Nations 2030 Agenda for Sustainable Development.

“The commitment to more sustainable development from an economic, environmental and social point of view is a topical issue, also – and above all – in a delicate moment like the one we are going through right now. Indeed, this commitment plays a strategic role in the process of economic and social revival and is fundamental to ensure a better future for the generations to come,” Angelo **Radici**, president of **Radici Group**, commented. “In a dramatically changed context, the sharing of goals, efforts and experiences is central to continuous growth. Also, in 2019, we realized our mission by creating durable value through initiatives shared with all our stakeholders. We knew how to react to the difficulties and changes in the market by remaining united, and this gives me confidence for the future, even though we still have difficult months ahead of us.”

CREATING VALUE FOR THE WHOLE VALUE CHAIN

Radici Group's commitment starts from within its own production chain, which generates a competitive advantage for the company and creates value added for the whole value chain.

A virtuous system based on the exchange of ideas with suppliers, customers, associations and partners, on the one hand, and the circular economy business model, on the other. All efforts are directed at creating durable high-quality products developed by investing in innovation, using low impact and recyclable raw materials, choosing renewable source materials, minimizing waste, enhancing processes and adopting rigorous systems for environmental impact measurement.

In 2019, the Renycle® yarn range was added to the **Radici Group** low impact product portfolio. Renycle® yarns are made from recycled nylon and offer 100% end-of-life recyclability; they are targeted at applications in the textile/fashion, interiors and automotive industries. Renycle® polymer offers a saving of more than 87% in energy and 90% in water, while achieving technical performance comparable to that of its virgin counterpart. In addition, CO2 emissions are reduced by almost 90%.

CREATING VALUE FOR THE ENVIRONMENT.

Radici Group recognizes the environment as a privileged stakeholder and protects it through initiatives and sizeable investments. In 2019, the Group invested EUR 7.6 million on enhancing the sustainability of its activities.

Furthermore, the data for the three-year period 2017-2019 demonstrate improvement in the ratio process waste per unit produced, which declined from 9.76 kg/t to 8.85 kg/t (-9.3%).

As regards direct primary energy consumption, the 2019 data show a decrease in terms of both absolute numbers (-13.6%) and per unit produced (-2.8%).

Wherever possible, the Group continues to rely on renewable sources: in 2019, the Group energy mix included a significant portion of green energy (42.1%). Numerous Group sites are powered by green energy, and, in Italy, a number of sites rely on the hydroelectric energy provided by supplier-partner **Geogreen**. In 2019, the choices made by the Group to foster the use of green energy and low impact fuels allowed it to reduce greenhouse gas emissions by 23.8%, compared to the amount of emissions generated by the use of the standard national energy mixes.

Still another relevant result was the percentage saving of water of 70% compared to the theoretical requirement (+5% saving compared to 2017). Furthermore, **Radici Group** uses no water in its products and does not use water resources to create long-term water storage for its production activities, thus, leaving the water at the disposal of local communities.

CREATING VALUE FOR EMPLOYEES

People are a precious resource for **Radici Group**. Respect for human rights, protection of workers' health and safety, team spirit, striving for continuous improvement and transparent communication are the Group's key values.

Over 90% of the Group's employees have a permanent employment contract. Personalized continuous training plans are provided and over one-third of the total training hours is allocated to health and safety.

CREATING VALUE FOR LOCAL COMMUNITIES.

Radici Group continues to strengthen its relationship with local communities, a relationship based on continuous exchange, also made easier by the proximity of Group companies to urban centers. Specifically, in Italy, 80% of its workers live within a 20-km radius from the corporate site where they work, just as the **Radici** family members maintain a strong physical presence in the places where the Group was founded and still operates.

In 2019, the Group started numerous initiatives for the benefit of local communities, including projects with schools for the development of talent and support for local youth sports activities. The passion for sports as a "gym of life" is expressed through the sponsorship of the **Radici**

Group Ski Club, which has over one hundred athletes in the various categories. Also very important is the collaboration with Atalanta B.C., the football club that is a reference point for Bergamo and the entire province.

Today, **Radici Group** offers job opportunities to local young people, passes on solid manufacturing know-how from generation to generation, and promotes a continuous relationship of trust with the industrial firms in the local area. This latter aspect was instrumental in setting up a Made-in-Italy production chain for personal protective equipment during the Covid-19 health crisis.

With a view to continuous evolution, **Radici Group** has created **Radici** InNova, a consortium dedicated to the Group's research and innovation activities for sustainable solutions. The new company has collaborations with multiple partners, including external scientific and educational institutions.

Posted November 26, 2020

*Source: **Radici Group***



Radici Group releases 2019 sustainability report



BERGAMO - Italian chemicals and advanced textiles manufacturer, the **Radici** Group, has published its latest sustainability report. Highlights include the launch of the company's Renycle range of yarns, made from recycled nylon, which claims huge energy, water and emissions savings compared to its virgin counterpart.

Renycle, which is suitable for applications in the fashion, home interiors and automotive industries, uses 87 per cent less energy, 90 per cent less water, and reduces emissions by 90 per cent.



Radici Group presenta il bilancio di sostenibilità e la gamma Renycle



27 Novembre 2020

Radici Group annuncia il suo **bilancio di sostenibilità 2019**, nel quale conferma la sua capacità di creare valore per gli stakeholder in diversi settori (filiera, ambiente, dipendenti e territorio). Il prospetto, basato sui dati forniti da 22 siti industriali e dalla holding, mette in evidenza azioni e risultati concreti, che sono stati raggiunti grazie alla volontà di continuare a **coniugare gli obiettivi di business all’ottimizzazione delle risorse e alla tutela della comunità**. In questo modo il Gruppo contribuisce al raggiungimento degli obiettivi dell’Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile e prosegue il suo percorso di aiuto nel mondo tessile.

L’impegno assunto per assicurare una maggiore attenzione nei confronti dell’ambiente, sotto ogni punto di vista, *“riveste un ruolo strategico nel processo di rilancio economico e sociale ed è fondamentale per garantire un futuro migliore alle generazioni che verranno”*, dichiara il presidente Angelo **Radici**. *“Abbiamo saputo reagire alle difficoltà e ai mutamenti del mercato rimanendo coesi e ciò mi rende fiducioso guardando al futuro, nonostante ci aspettino ancora mesi difficili”*.

A conferma di quanto detto dal suo numero uno il dato che, nel 2019, **il Gruppo ha stanziato 7.6 milioni di euro per incrementare la sostenibilità delle sue attività**, poi concretizzati in diversi risultati come, per esempio, l’utilizzo del 42% di energia elettrica rinnovabile e il risparmio del 70% di acqua rispetto al fabbisogno teorico.



Inoltre, nel corso dello scorso anno, i prodotti a impatto limitato realizzati da **Radici** Group si è ampliato ulteriormente con **Renycle, la gamma di filati provenienti dal riciclo del nylon**, ideale per applicazioni in ambito tessilemoda, interior e automotive. Il polimero Renycle, pur garantendo le stesse prestazioni tecniche di qualità della materia vergine, permette di risparmiare oltre l'87% di energia e il 90% di acqua. Inoltre, le emissioni di CO2 vengono ridotte del 90% e **a fine vita il prodotto è riciclabile al 100%**, diminuendo così la necessità di ricorrere a nuove materie prime di origine fossile.



Il Bilancio di Sostenibilità di RadiciGroup e la visione di lungo periodo



Il settimanale del Tessile e dell'Abbigliamento

RadiciGroup ha presentato il **Bilancio di Sostenibilità** 2019 con una serie di miglioramenti rispetto al 2018 e con una valori condivisi in una visione di lungo periodo.

Il punto di forza è, per i prodotti, la **gamma di filati Renycle**, provenienti dal riciclo del nylon con applicazioni nel tessile/moda, interior e automotive, con un risparmio di oltre l'87% di energia e il 90% di acqua e la riduzione di emissioni del 90%.

Sono migliorati (-9,3%) gli indici relativi al contenimento dei **rifiuti** di processo per tonnellata lavorata nel triennio 2017-2019 (da 9,76 kg/t a 8,85 kg/t). Nel 2019 è diminuito anche il consumo di **energia** primaria diretta in termini di valore assoluto (-13,6%) e in rapporto ai quantitativi lavorati (-2,8%). Il gruppo continua ad affidarsi a fonti rinnovabili per l'energia elettrica (42,1% energia verde) ed è stata ottenuta una riduzione del 23,8% di **gas** a effetto serra rispetto all'uso di mix energetici nazionali standard.

Sul fronte **acqua** il risparmio percentuale è stato del 70% rispetto al fabbisogno teorico (+5% di risparmio rispetto al 2017). Oltre il 90% dei dipendenti assunto a tempo indeterminato e la formazione è continua e personalizzata. Per il rapporto con il territorio sono stati attuati progetti con le **scuole** e il sostegno alle attività sportive (tra cui la sponsorship dell'Atalanta e dello Sci Club **RadiciGroup**).

Infine, in occasione dell'emergenza sanitaria, è stata attivata una filiera locale per produrre dispositivi medici.



SEGUI LA DIRETTA **MilanoFashionGlobalSummit 2020**
 (<https://www.mffashion.com/live/fashion-summit>)

Crazie per aver stampato questa news di MFFashion.com.

RadiciGroup rilancia sullo sviluppo sostenibile

L'azienda manifatturiera italiana chiude il bilancio di sostenibilità 2019 segnando numerosi goal nella direzione della green economy. Tra materiali riciclati, energia rinnovabile e tutela dei territori, il gruppo punta sull'economia circolare

di **Laura Bittau**

26/11/2020



La sede di RadiciGroup

Il 2019 è stato un anno nel segno della sostenibilità per **RadiciGroup**. La società italiana specializzata nella produzione di poliammidi, fibre sintetiche e tecnopolimeri destinati ad applicazioni in diversi ambiti, dal tessile all'arredamento, conta stabilimenti in oltre 20 Paesi.

Coerentemente con la propria mission, il gruppo conferma e rilancia il proprio impegno per uno sviluppo sostenibile, nel tentativo di coniugare gli obiettivi di business con l'ottimizzazione e la tutela delle risorse ambientali e umane.

Il bilancio di sostenibilità 2019 riflette questo impegno, che si è tradotto in iniziative e azioni concrete quali il lancio di nuovi prodotti eco-friendly, la gestione dei rifiuti, il consumo di acqua ed energia elettrica e la valorizzazione di comunità e territori.

«L'impegno per uno sviluppo più sostenibile da un punto di vista economico, ambientale e sociale è un tema attuale anche e soprattutto in un momento delicato come quello che stiamo vivendo. Riveste infatti un ruolo strategico nel processo di rilancio economico e sociale ed è fondamentale per garantire un futuro migliore alle generazioni che verranno», ha commentato **Angelo Radici**, presidente di **RadiciGroup**. «In un contesto profondamente mutato, la condivisione di obiettivi, sforzi ed esperienze è centrale per continuare a crescere. Anche nel 2019 abbiamo dato concretezza alla nostra mission, creando valore duraturo attraverso iniziative condivise con tutti i nostri stakeholder. Abbiamo saputo reagire alle difficoltà e ai mutamenti del mercato rimanendo coesi e ciò mi rende fiducioso guardando al futuro, nonostante ci aspettino ancora mesi difficili».

Con la sua divisione Advanced textile solutions, il gruppo si occupa della produzione di un'ampia gamma di fibre realizzate a partire dai polimeri che spazia dalla poliammide al poliestere, all'acrilico, al polipropilene. Si tratta di fibre che trovano applicazione nel tessile e nella moda dopo una misurazione rigorosa dell'impatto ambientale di prodotti e servizi, nella logica dell'eco-design.

Il modello a cui **RadiciGroup** si ispira è quindi quello dell'economia circolare: i prodotti sono, infatti, riciclabili dopo il loro utilizzo. Molti di essi vengono realizzati con materiali riciclati e attraverso l'impiego di energia rinnovabile.

Sono svariati i progetti che il gruppo ha in cantiere nell'ottica della sostenibilità. Tra i tanti, la progettazione di un reggiseno interamente realizzato in materiale riciclabile e riutilizzabile, anche in altri ambiti, al termine del suo ciclo di vita e Renycle, la gamma di filati prodotti dal riciclo del nylon, capaci di far risparmiare oltre l'87% di energia e il 90% di acqua e riduce le emissioni del 90% (vedi scheda in allegato).



Altri risultati rilevanti sono stati la percentuale di acqua risparmiata rispetto al fabbisogno teorico, pari al 70% (con un +5% di risparmio rispetto al 2017) e l'impiego, laddove possibile, di energie rinnovabili nella filiera produttiva.

In un'ottica di evoluzione continua, infine, RadiciGroup ha dato vita a Radici inNova, un consorzio dedicato alle attività di ricerca e innovazione del gruppo, avvalendosi di numerose collaborazioni, anche con partner scientifici ed istituzionali esterni. (riproduzione riservata)



Radici Group sets up R&D non-profit



GANDINO - Italian chemicals and advanced textiles manufacturer, the **Radici** Group, has announced the founding of a non-profit consortium to develop sustainable new research and innovation projects. Called **Radici** InNova, it will focus on projects for the chemical, high performance polymers and advanced textile solutions sector that fit within the company's sustainability strategy.

The **Radici** Group says the new entity will "renew and strengthen its commitment to a development model that balances economic profitability with environmental sustainability and social equity".



Circularity in fashion: the vision of the Ellen MacArthur Foundation

RadiciGroup contributes to the formulation of EMF guidelines for reducing waste in the textile and garment industry **RadiciGroup**, since 2018 a partner of the “Make Fashion Circular ” initiative of the Ellen MacArthur Foundation, has recently participated to the formulation of the Foundation’s guidelines for circularity in fashion. These guidelines are specifically aimed at actively contributing to reducing waste in the textile and garment industry. These guidelines have to be implemented without delay, especially considering data reported by the EMF: every second, the equivalent of one garbage truck of textiles is landfilled or burned. An estimated USD 500 billion value is lost every year due to clothing being barely worn and rarely recycled.

The new “Vision of a Circular Economy fo fashion” is based on the belief that it is necessary to work, all together, for scaling-up profitable business models that allow to rent, resell or recycle clothes more easily. This is why the vision is based on detailed research and inputs from around 100 organisations including fabric mills, garment manufacturers, brands, retailers, collectors, sorters, recyclers, academics, international institutions, and NGOs. The milestones of the vision are three:

garments have to be used more, made to be made again, made from safe and recycled or renewable inputs.

RadiciGroup, a manufacturer of polyamide, polyester and acrylic yarn, is among the contributors of the Ellen MacArthur’s vision, to which it made available its long-standing know-how in the formulation of textile solutions able to achieve real circular economy.



Le linee guida di RadiciGroup per ridurre gli sprechi



Il settimanale del Tessile e dell'Abbigliamento

RadiciGroup, che dal 2018 è partner di **Make Fashion Circular** di **Ellen MacArthur Foundation**, ha partecipato alla stesura delle linee guida sulla circolarità nella moda redatte dall'associazione e basate sui principi dell'economia circolare, con l'obiettivo di offrire un contributo concreto alla riduzione degli sprechi nel mondo tessile-abbigliamento.

I dati quantificati da EMF dicono che ogni secondo l'equivalente di un camion di materiali tessili viene mandato in discarica o bruciato, per una **perdita stimata di circa 500 miliardi di dollari di valore all'anno** a causa di indumenti indossati saltuariamente e raramente riciclati.

La nuova visione parte dal presupposto che è necessario lavorare tutti insieme per portare su scala industriale modelli di business profittevoli, che consentono però di noleggiare, rivendere o riciclare i vestiti più facilmente e si basa su **ricerche e contributi di circa 100 organizzazioni** tra cui produttori di tessuti, produttori di abbigliamento, marchi, rivenditori, collezionisti, selezionatori, riciclatori, accademici, istituzioni internazionali e ONG. Tre i punti chiave della visione: usare di più, riutilizzare, partire da materiali rinnovabili o da riciclo.



CAPI ANTIVIRUS

Benefit e rischi
di un trend in ascesa 48



INNOVAZIONE TESSILE

WORK IN PROGRESS

*Dal medicale alla filiera fashion
Tecnologie virubloccanti*

Trattamenti anti-Covid: sono più i costi o i benefici?

Prima le mascherine ora i vestiti: la ricerca va avanti verso una protezione dal virus sempre più estesa. Tra pro e contro

DI ELISABETTA FABBRÌ

Partita con urgenza in ambito medicale, agli inizi della pandemia, la ricerca nel segmento dei trattamenti anti-covid sta coinvolgendo la moda, a tutti i livelli della filiera, dai filati ai tessuti, fino al prodotto finito. Per ora siamo ai primi approcci e, stando agli addetti ai lavori, è prematuro pensare a un vero e proprio mercato, ma non è irrealistico immaginarlo. Mentre scriviamo, infatti, nel mondo si contano oltre 32 milioni di casi confermati di malattia Covid (fonte: Oms) e per alcuni Paesi si torna a parlare di lockdown.

Marzotto Wool Manufacturing, cui fanno capo i marchi **Marzotto, Guabello, Marlane e Fratelli Tallia di Delfino**, è tra le realtà che hanno innalzato il livello delle performance dei propri tessuti con la tecnologia **ViralOff** sviluppata da **Polygiene**, società svedese già nota per soluzioni antibatteriche e odour control, che ora ha esteso la gamma agli antivirali. Il principio attivo è dato dagli ioni d'argento uniti al biossido di titanio: insieme permettono di ridurre del 99% i virus sulla superficie in sole due ore dal momento del contatto. Le prestazioni sono state testate ai sensi della norma **ISO18184:2019** e i tessuti così trattati, come garantiscono dal gruppo di Valdagno (VI), possono essere utilizzati a contatto con la pelle, non interferiscono con la flora batterica naturale, né incidono sulla morbidezza



delle stoffe. Inoltre si tratta di un trattamento duraturo, attivo anche dopo il lavaggio ad acqua o a secco. La tecnologia è realizzata nel rispetto dell'ecosistema: gli ingredienti chimici, tutti made in Ue, prevedono un impiego ridotto di risorse, in conformità delle normative ambientali e la loro applicazione, in fase di finissaggio, permette l'applicazione anche di altri trattamenti senza l'utilizzo

I nuovi trattamenti riducono del 99% i virus sulla superficie in sole due ore dal contatto

di ulteriore acqua ed energia. «Crediamo molto nelle performance tecniche dei nostri tessuti - dichiara **Giorgio Todesco**, ceo di Marzotto Wool Manufacturing - e, a oggi, **ViralOff** è il primo trattamento a passare il test Iso per il virus Sars-CoV-1». Quanto al riscontro del pubblico, dopo la presentazione all'edizione di **Milano Unica** di settembre Todesco dice: «Si conferma l'interesse da parte dei mercati asiatici e sempre di più anche degli europei, come l'Italia e la Germania». Tutta una questione di costi? «L'incidenza del trattamento sul prezzo finale - stima Todesco - è fra il 7% e 10%, a seconda del tipo di articolo». Nel comasco, **Fasae** propone l'applicazione del tratta-

mento **ViralOff** su tutte le proprie collezioni di tessuti per abbigliamento, arredamento e accessori (in seta, cotone, lino, viscosa, nylon, poliestere). «Di certo - afferma **Fabio Mariotti**, general manager dell'azienda tessile - le proposte antivirus interessano e incuriosiscono ma, al momento, non si stanno traducendo in ordini significativi». L'indecisione dei marchi della moda è dettata da una serie di dubbi leciti. «C'è chi ritiene che - racconta Mariotti - se si opta per un'offerta di abbigliamento antivirale non si può essere parziali: la collezione o è tutta trattata oppure no, il concetto di capsule collection non ha senso». C'è inoltre un problema di timing. «Noi - osserva Mariotti - abbiamo appena presentato i tessuti antivirus autunno-inverno 2021/2022, per l'abbigliamento che sarà venduto in negozio dal prossimo settembre, ma al momento nessuno può immaginare quale sarà la situazione in quel periodo». Quanto al prezzo, il manager spiega: «Cambia a seconda del tipo di tessuto, in particolare del peso: in media si parla del 10-15% in più, rispetto a un tessuto analogo non trattato. La parte più costosa riguarda i componenti chimici mentre l'applicazione, durante il finissaggio, ha un'incidenza inferiore». Un altro neo è la durata del trattamento ai lavaggi. **ViralOff** ha due componenti - una antibatterica permanente e un'altra antivirale che,



► 1 settembre 2020



1. Le giacche virobloccanti Just5 2. Un tessuto Fasac per l'autunno-inverno 2021/2022 3. Alcune proposte Fratelli Piacenza presentate a Milano Unica 4. Un tessuto Luxury Jersey; l'azienda impiega Viroblock di HeiQ



stando ai test, resiste a 15-20 lavaggi circa, quindi si può parlare di effetto "barriera" di lungo periodo se si tratta di un cappotto, per un tempo limitato nel caso di una camicia in seta.

Fratelli Piacenza ha invece rafforzato la collaborazione di lunga data con la svizzera **HeiQ**, optando per un trattamento antivirale e antimicrobico testato contro il coronavirus che incorpora la tecnologia **Hei Viroblock NPJ03**. «I dati dimostrano una riduzione dell'infettività virale superiore al 99,99% - specificano dal lanificio biellese -. Nel nostro settore è di fondamentale importanza essere al passo con i tempi, per questo ci siamo attivati tempestivamente nel ricercare la migliore tecnologia esistente, che abbiamo testato su diverse categorie di prodotto, dall'abito alla giacca fino al cappotto». HeiQ è uno specialista delle tecnologie tessili nato come spin-off dell'**Eth** (il Politecnico Federale di Zurigo), che nel 2020 ha vinto lo **Swiss Technology Award** e lo **Swiss Environmental Award**. Per stoppare il virus combina due tecnologie: una a vescicole sferiche grasse (liposomi), in grado di aggredire lo strato più esterno del virus che, come il coronavirus, sono rivestiti da capsula lipidica; un'altra all'argento, che inibisce la replica di batteri e virus.

Albini Group lo ha scelto come partner

per la linea **ViroFormula**, indicata per la produzione di camicie, giacche e pantaloni. L'effetto del finissaggio, come precisano dal gruppo bergamasco, dura fino a 30 lavaggi. **Luxury Jersey** ha sviluppato una serie di tessuti connotati da un alto grado di comfort, che possono applicare il trattamento Viroblock. «Al momento - spiega il ceo **Federico Boselli** - notiamo un vivo

*Per i tessuti anti-virus
 si parla di un prezzo
 del 10-15% in più*

interesse e una grande richiesta di informazioni e di campioni. Ovviamente speriamo che ciò si trasformi in ordini di produzione a breve termine». «Le maggiori perplessità dei potenziali clienti - racconta - sono legate al costo aggiuntivo legato al trattamento Viroblock, tra 1 e 2 euro al metro in più, a seconda della tipologia del materiale. Sulla "bontà" del prodotto, invece, non ho riscontrato particolari dubbi, anche perché in Internet si trova la documentazione che conferma quanto promette il nome». Lo stesso trattamento di HeiQ è stato impiegato per potenziare il filato **Q-Skin** di **Fulgar**, un nylon già batteriostatico (al suo interno è presente un ingrediente agli ioni d'argen-

**MISUNDERSTANDING PERICOLOSI
 Antibatterico non
 significa antivirale**

All'istituto di certificazione e testing **Centrocot** di Busto Arsizio (Va) stanno continuando a fare molte prove di efficacia antibatterica su tessuti di ogni tipo, mentre il segmento antivirale è marginale e legato principalmente al medicale. «Abbiamo avuto parecchie richieste per effettuare prove di trattamenti antivirali - ammette **Giovanni Tanchis**, responsabile del Laboratorio di Microbiologia Tessile di Centrocot - ma per soddisfarle tutte avremmo dovuto realizzare un laboratorio ad hoc». Infatti, il tipo di test da eseguire per un antivirale è completamente diverso da quello per un antibatterico e antibatterico non significa affatto antivirale, così come non vanno confusi batteri con virus. I batteri sono microrganismi unicellulari in grado di riprodursi autonomamente nell'ambiente e in vari tessuti del corpo umano. I virus sono microrganismi costituiti da materiale genetico, Dna o Rna, racchiuso in un involucro di proteine e, spesso, anche in una membrana più esterna di grassi e proteine, che si replicano esclusivamente all'interno di cellule dei tessuti di un organismo (fonte: **Istituto Superiore della Sanità**). «Nel tessile antibatterico - specifica Tanchis - si utilizzano batteri direttamente sul tessuto, per poter vedere quanto riescono a crescere. Nel caso del virus, il sistema è basato sulle culture cellulari e prevede un'analisi più complessa». «A oggi - ricorda - gli scienziati non sono ancora riusciti a stabilire quanto il coronavirus viva su una superficie, anche perché un conto è la prova di laboratorio, un altro è l'ambiente esterno». «Si sa però che un virus all'aria aperta tende a denaturarsi e all'esterno di un organismo vive molto poco - prosegue -. Quindi su un tessuto non trattato si disattiva comunque in un certo tempo». Il trattamento antivirale, per essere performante, deve disattivare il virus su un tessuto in un tempo breve. In più va testata la sua biocompatibilità, cioè che non danneggi la salute di chi lo indossa. Sui potenziali danni all'ambiente Tanchis tranquillizza: «Le quantità in gioco sono ridotte, il rischio mi sembra contenuto».



► 1 settembre 2020

INNOVAZIONE TESSILE

1. Check di Marzotto Wool Manufacturing, trattato con ViraDiff
2. La ricerca nei laboratori RadiciGroup



to). Inoltre è uno dei plus della giacca vibloccante **Just5**, frutto della collaborazione tra cinque aziende: la svizzera HeiQ ma anche la torinese **2A-Nyguard**, che ha realizzato cerniere che si auto-igienizzano a pochi minuti di distanza da quando vengono toccate, l'inglese **Coats ProtectV**, che ha prodotto il filo delle cuciture, antivirale e antimicrobico, la bergamasca **Sitip**, fornitrice del tessuto dei polsini (elastici ed estensibili, per proteggere le mani quando si toccano superfici potenzialmente contaminate) e la veronese **Windtex Vagotex**, produttrice del tessuto traspirante, idrorepellente e antivento.

Si pensa alla protezione anche nel mondo delle fodere: in maggio **Tmr Cederna Fodere** ha lanciato **ViroProtect+**, un finissaggio contro batteri e virus che può essere applicato a tutto il range dell'azienda (viscosa, cupro, acetato, seta e cotone). All'origine destinata al medicale e all'healthcare, la formula è stata reingegnerizzata per applicazioni nell'abbigliamento da lavoro, nelle uniformi e nella moda. Sulla base dei test, il trattamento resiste a più lavaggi a oltre 40 gradi e alla pulitura a secco, inoltre ha ottenuto tra le certificazioni la **Isot184:2019**. In giugno, invece, **Manifattura Italiana Cucirini-Mic** ha presentato il trattamento antibatterico, fungicida e antivirale **Safe** per la produzione interna di filati. La procedura è stata approvata secondo lo standard **Astm G21** (antimuffa) e **Jis L 1902** (antibatterico), mentre le proprietà antivirali sono state provate in laboratori indipendenti. Il prodotto usato per igienizzare il filato è certificato **Bluesign** e dermatologicamente testato da **Allergy UK**. «Non possiamo rimanere fermi - commenta **Tommaso Cumerlato**,



direttore commerciale e partner di Mic -. L'innovazione per soddisfare le richieste di mercato ci mette alla prova, permettendoci di crescere in competenza e professionalità, come dimostra lo sviluppo di Safe». Il trattamento di Mic è compatibile con tutte le fibre (sintetiche, artificiali e naturali) e con gli altri trattamenti offerti dall'azienda tra i quali quello idrorepellente **Pfe-free**. Indicato per fili in ambito tecnico e sportivo, non va a impattare sulle caratteristiche e la solidità dei filati trattati. Nemmeno il produttore di fibre sintetiche **RadiciGroup**, tra i maggiori operatori

Nelle fibre sintetiche si studia
come adattare la molecola
al trattamento

europei del tessile tecnico, resta indifferente al tema anti-Covid, che sta approcciando come una sfida. «C'è interesse - afferma **Marco De Silvestri**, marketing director di **RadiciGroup Comfort Fibres** - e noi non possiamo starne fuori. Ci siamo già mossi in ambito medicale e stiamo facendo una serie di valutazioni per eventualmente spaziare nel tessile per abbigliamento, perché un po' di richiesta c'è ma non è un business core per noi e ci sono pro e contro». «Se parliamo di filo

ANTIVIRALI
PER IL TESSILEI principi attivi
di cui si parla*

- CLORURO DI ARGENTO
- BIOSSIDO DI TITANIO
- COMPOSTI DI AMMONIO QUATERNARIO
- ARGENTO ADSORBITO SU BIOSSIDO DI SILICIO
- POLIETERAMINA - EPICLORIDRINA
- "VESCICOLE" LIPIDICHE

*Fonte: blog.sandroni.it, curato da Piero Sandroni, ingegnere chimico presidente dell'azienda di tintoria e finissaggio C.Sandroni & C.

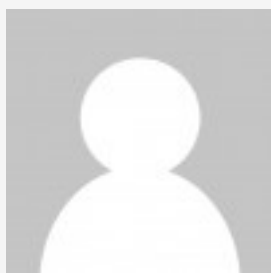
- spiega - il trattamento incide sull'intera sezione mentre nel tessuto non permea le fibre, interessa solo lo strato esterno, ma si hanno meno sprechi. Inoltre per determinati virus sembra funzionare una certa tecnologia, ma il trattamento tende comunque a svanire dopo alcuni lavaggi. Nel caso dei camici protettivi monouso, può avere un senso, mentre un capo di abbigliamento non deve essere usa e getta». «Servirebbe un qualcosa - prosegue - nella matrice polimerica, durante la lavorazione del filo, come avviene già nel caso dei filati antibatterici. Bisogna adattare la molecola al trattamento: è quello su cui stiamo lavorando, una sfida complessa». I clienti diretti del gruppo non sono i brand bensì i trasformatori, soprattutto europei. «Immagino che la domanda a valle riguardi un po' tutto l'abbigliamento - dice De Silvestri -. Noi al momento percepiamo più che altro della curiosità intorno al tema». Come spiega l'esperto di RadiciGroup, l'incidenza del trattamento sul prezzo dipende dal tipo di additivo usato e dalla resa produttiva. «Il costo - precisa - ne limita l'applicazione ma si spalma sulla filiera: per esempio, se il ricarico a monte è del 50% si parla di un +5% sul capo finito». «Anche il tema forte della sostenibilità - fa notare - ha un peso: gli ioni d'argento di alcuni antivirali si disperdono con i lavaggi, nel caso di trattamento superficiale, mentre se sono nella matrice polimerica la dispersione è ridotta». E ancora non si conoscono gli effetti di una loro dispersione nell'acqua. «Va capito il male minore - conclude De Silvestri -. Bisognerà fare un'attenta valutazione fra costi e benefici». ■



Radici Group forms innovation consortium to pursue bio-sourced materials, circularity

Manufacturers

Radici InNova will focus on five key areas, including developing bio-sourced polymers and circular economy solutions



Home Textiles Today Staff // News & Commentary •
September 29, 2020



Gandino, Italy – With a focus on the development of research and innovation related to chemical, high-performance polymers and advanced textile solutions, the **Radici Group** has launched **Radici InNova**, a nonprofit consortium.

Radici InNova will take advantage of and improve the synergies of R&D activities that were previously carried out by the **Radici Group**'s specialty chemicals, high-performance polymers and advanced textile solutions business areas.

“The formation of **Radici InNova** represents an important milestone for the whole group on its path toward innovation, which was started many years ago,” said Angelo **Radici**, president. “By sharing the know-how and the competencies of the various group business areas, it will be possible to develop integrated advanced research projects in accordance with our sustainability strategy and inspired by the principles of environmental protection and the circular economy.”

Radici InNova's research activities will be focused on five areas:

- Development of polymers obtained from bio-sourced materials for use in sectors such as automobiles and apparel;
- Production of chemical intermediates derived from natural sources to be used for producing nylon, polyester and polyurethane for use in a range of everyday products;

Development of circular economy solutions with the goal of extending product life through end-of-life recycling;

- New business opportunities for **Radici Group** products, such as nonwovens;
- Optimization of industrial processes in the direction of more sustainability and improved performance.

“**Radici** InNova will work in close collaboration with public and private research centers, universities and group customers and suppliers,” said Stefano Alini, CEO, innovation and research director at **Radici** InNova. “Particularly at this stage, our goal is to contribute proactively to the restart of our industry through innovation and sustainability, two pillars of our group vision.”

Home Textiles Today is the market-leading brand covering the home and textiles markets, offering a comprehensive package of print and online products. Home Textiles Today provides industry news, product trends and introductions, exclusive industry research, consumer data, store operations solutions, trade show news and much more.



Radici InNova, nuova società di ricerca e innovazione nel Tessile



Home News

- News

redazione 16 settembre 2020

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Linkedin](#)

[Pinterest](#)

[WhatsApp](#)

Ricerca e innovazione, in favore di un modello di sviluppo che equilibri tutela dell'ambiente, equità sociale e vantaggi economici: ecco il fondamento del lavoro svolto da **Radici** Group.

Per confermare il proprio impegno su questo fronte, il Gruppo ha costituito la nuova **Radici** InNova: società consortile senza scopo di lucro che opererà nei settori della chimica, dei polimeri ad alte prestazioni, delle soluzioni tessili avanzate (aree in cui **radiciGroup** porta avanti da tempo attività di R&S).

Radici InNova: gli obiettivi della nuova società

Lo scopo è sviluppare nuovi progetti di ricerca e innovazione che possano garantire la continuità del business, incrementare la competitività delle aziende e generare valore sul territorio.

Radici InNova, grazie alle competenze interne e a relazioni con soggetti terzi, gestirà e coordinerà tutte le attività di ricerca strategiche per il Gruppo, con grande attenzione al miglioramento continuo dei prodotti e dei processi, ottimizzando l'uso delle risorse e riducendo l'impatto ambientale delle sue attività.

«**Radici** InNova opererà in stretta collaborazione con centri di ricerca pubblici e privati, università, clienti e fornitori del Gruppo – ha evidenziato Stefano Alini, alla guida della nuova Società – cercando di contribuire in maniera proattiva alla ripartenza dell'Industria».

Mettendo a factor comune il know-how e le competenze delle diverse Business Area del Gruppo, sarà possibile sviluppare progetti integrati di ricerca avanzata allineati alla nostra strategia di sostenibilità, e quindi ispirati ai principi del rispetto ambientale e dell'economia circolare,

garantendo una crescita costante e un futuro migliore alle generazioni a venire. Angelo **Radici**, Presidente di **Radici** Group

Radici InNova, le cinque macro-aree d'azione

Nello specifico, sono cinque le macro-aree

su cui si focalizzano le attività di ricerca di **Radici** InNova:

- sviluppo di polimeri da fonte bio, quindi a ridotto impatto ambientale, con applicazioni in diversi settori, tra cui l'Abbigliamento e l'Automotive;
- produzione di intermedi chimici derivati da fonti naturali, utilizzati nella produzione di nylon, poliesteri e poliuretani e impiegati a loro volta in una vasta gamma di prodotti di uso quotidiano;
- sviluppo di soluzioni per l'economia circolare, al fine di allungare il più possibile la durata dei prodotti, riciclandoli a fine vita per nuovi usi (eco-design);
- nuove opportunità di business, anche per prodotti già esistenti: come per esempio è avvenuto per il tessuto non tessuto prodotto dal Gruppo, che nel corso del lockdown è diventato l'ingrediente di base nella creazione di una nuova filiera Made in Italy per produrre camici e mascherine e far fronte così in tempi strettissimi all'emergenza sanitaria;
- ottimizzazione dei processi industriali, nella direzione di una sempre maggiore sostenibilità e di un miglioramento delle performance.



RadiciGroup Lower sales and profit

RadiciGroup, Gandino/Italy – a multinational company with 3,100 employees in 16 countries, engaged in the chemicals, engineering polymers, fibers and nonwovens businesses – closed financial year 2019 with consolidated sales revenue of € 1,092 million (-9.8% compared to 2018) and EBITDA of € 165 million (-10.8%). First quarter 2020 results hold up, but the rest of the year will feel the consequences of pandemic-induced uncertainty and difficulties. Nevertheless, the Group remains cautiously optimistic about long-term prospects, while boosting innovation, sustainability and care for the environment. Crucial to maintaining the Group's competi-

tiveness and development in 2019 was the decision to continue allocating sizeable investments, totalling over € 45 million, to the constant technological upgrading of plant and equipment as well as to business sustainability.

In keeping with the goal of starting anew by concentrating on innovation and sustainability, which are fundamental values in the RadiciGroup vision, the Group has recently founded Radici InNova, a non-profit consortium, which will handle and coordinate all the Group's strategically important R&D activities, with the objective of developing innovative projects.



Un 2019 in positivo per RadiciGroup

RadiciGroup chiude il 2019 con un fatturato consolidato a 1.092 milioni di euro e EBITDA a 165 milioni di euro, grazie a una strategia ben precisa e focalizzata su business considerati strategici, sinergici e di sicuro interesse nel medio periodo. L'obiettivo dell'azienda è quello



di migliorare la posizione competitiva del Gruppo sul mercato, crescendo a livello globale per fare in modo di non dipendere dai singoli mercati e rafforzare il cash-flow destinato a finanziare nuove iniziative nei business strategici. Durante il 2019 RadiciGroup ha deciso di continuare a destinare oltre 45 milioni di euro a investimenti legati sia all'aggiornamento tecnologico di impianti e macchinari, sia all'aspetto della sostenibilità. Nello specifico 7,6 milioni di euro sono impiegati per implementare l'efficienza energetica di Best Available Techniques, l'abbattimento di emissioni e l'attività di ricerca e sviluppo per incrementare processi e prodotti a limitato impatto ambientale. Nell'arco dell'ultimo quinquennio la crescita di gruppo bergamasco è pari a 216 milioni di euro. Il 2020 ha portato all'acquisto di quote di Radici Plastics France SA, operazione che annovera RadiciGroup come detentore delle quote di maggioranza delle azioni della società francese specializzata nella commercializzazione di tecnopolimeri ed è stata finalizzata l'acquisizione di Zeta Polimeri srl, società italiana attiva nel recupero di fibre sintetiche e di materiali termoplastici.



Radici e Atalanta ancora a braccetto



Dopo l'esaltante stagione appena conclusa Radici Group e Atalanta hanno prolungato la partnership anche per il 2020-2021.

“Siamo fortemente legati alla maglia nerazzurra – dice Maurizio Radici, vicepresidente di Radici Group – perché rappresenta il simbolo di una terra e di una popolazione ricca di valori, attenta alle tradizioni e che lavora sodo, con determinazione, per raggiungere importanti obiettivi. In un momento come questo, in cui Bergamo è stata messa a dura prova pensiamo che sia ancora più importante che le eccellenze locali facciano squadra per raggiungere traguardi sempre più ambiziosi”.



RadiciGroup : 2019 mit positivem Geschäftsergebnis



Die Ergebnisse stehen im Einklang mit den Vorgaben und sind das Ergebnis einer Strategie, die sich auf Bereiche konzentriert, die auf mittlere Sicht gesehen strategisch und synergetisch interessant sind. Ein Ansatz, der darauf abzielt, die Wettbewerbsposition der Gruppe auf dem Markt weiter auszubauen und ein optimales Gleichgewicht zwischen den Regionen zu erreichen, in denen die **RadiciGroup** tätig ist. Ziel ist es, die Abhängigkeit von den Ergebnissen einzelner Märkte zu verringern und den Cashflow zur Finanzierung neuer Initiativen in strategischen Geschäftsfeldern zu stärken. Ausschlaggebend für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Entwicklung der Gruppe im Jahr 2019 war die Entscheidung, auch weiterhin bedeutende Investitionen – im Gesamtwert von mehr als 45 Mio. Euro – für die kontinuierliche technologische Erneuerung der Anlagen und Maschinen als auch für die Nachhaltigkeit der Geschäftsaktivitäten bereitzustellen. Im Einzelnen hat das Unternehmen 7,6 Mio. Euro in die Umsetzung von Best-Practice-Technologien, Energieeffizienzprojekte, Einsparung von Emissionen sowie in F&E-Projekte zur Verbesserung von Prozessen und Produkten mit verringertem Umwelteinfluss investiert. Durch die 2019 getätigten Investitionen belaufen sich die zur Unterstützung des Wachstums der **RadiciGroup** bereitgestellten Mittel im Fünfjahreszeitraum 2015 bis 2019 auf insgesamt 216 Mio. Euro.

Angelo **Radici**, Präsident der **RadiciGroup** :

„Wir sind mit dem Ergebnis der Gruppe im Jahr 2019 zufrieden. Die Zahlen bestätigen unsere Wettbewerbsfähigkeit im Markt. Nun liegt unser Fokus auf der Entwicklung des weltweiten Szenarios, das unvermeidlich durch die medizinische Ausnahmesituation durch Covid-19 geprägt ist, die seit Anfang des Jahres die Welt im Griff hat. Obwohl wir unser Ergebnis im ersten Quartal 2020 halten konnten, erwarten wir im zweiten und in den darauffolgenden Quartalen einen allgemeinen Abschwung, auch wenn es derzeit unmöglich ist, vorherzusagen, wie sich die Pandemie tatsächlich auf die Weltwirtschaft auswirken wird. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass unsere Gruppe dank ihrer Finanz- und Eigenkapitalstärke, ihrer geografischen Diversifizierung, ihrer Produktionseffizienz sowie ihrer großen Investitionen im Bereich Forschung und Entwicklung alle Voraussetzungen besitzt, um diese Notsituation zu bewältigen.“

Alessandro Manzoni, CFO der **RadiciGroup** :

„Im Jahr 2019 haben wir mehr als 45 Mio. Euro investiert, um unser hohes Niveau an technologischem Know-how und Innovation im Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit unserer

Unternehmen, den Umweltschutz und die Entwicklung unserer Region aufrechtzuerhalten. Diese strategischen Entscheidungen spiegeln sich in den positiven Ergebnissen des Jahres 2019 wider, mit einer im Vergleich zum Vorjahr weiter verbesserten Finanzlage und einer höheren relativen Eigenkapitalquote, und sie werden auch unsere weiteren Schritte bestimmen. Bereits während der Corona-Krise hat die Gruppe Maßnahmen ergriffen und eine Lieferkette ‚Made in Italy‘ für die Herstellung von für den medizinischen Gebrauch zertifizierten Kitteln und Persönlichen Schutzausrüstungen zu etablieren, um einen konkreten Beitrag zur Bekämpfung des Virus zu leisten. Heute setzen wir diesen Weg fort, der eine wichtige wirtschaftliche Belebung bewirkt hat, und auf den sich weitere Investitionen in der zweiten Jahreshälfte 2020 konzentrieren werden.“

Weltweit führender Hersteller

Mit ca. 3.100 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von 1.092 Mio. Euro im Jahr 2019 und einem Produktions- und Vertriebsnetzwerk in Europa, Nord- und Südamerika und Asien, gilt die **RadiciGroup** heute als weltweit führender Hersteller einer breiten Palette an Intermediates, Polyamidcompounds, technischen Hochleistungskunststoffen und fortschrittlichen textilen Lösungen, darunter Polyamidfasern, Polyesterfasern, Fasern auf Basis von Produktionsabfällen und nachwachsenden Rohstoffen, Vliesstoffe sowie Schutzausrüstungen für den Gesundheitssektor. Die Produkte können dank eines fundierten chemischen Know-hows sowie der vertikalen Integration in die Polyamid-Produktionskette realisiert werden und sind für den Einsatz in verschiedensten industriellen Bereichen wie Automobil, Elektrotechnik/Elektronik, Konsumgüter, Bekleidung, Möbel, Bau, Haushaltsgeräte und Sportartikel entwickelt worden.

Die Strategie von **RadiciGroup** stützt auf eine große Aufmerksamkeit für Innovation, Qualität und Zufriedenstellung der Kunden sowie für die Themen der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit. Mit ihren Geschäftseinheiten Specialty Chemicals, High Performance Polymers sowie Advanced Textile Solutions ist die **RadiciGroup** Teil einer größeren Industriegruppe, die auch in den Bereichen Textilmaschinen (**ITEMA**), Energie (**Geogreen**) und Hotellerie (San Marco) aktiv ist. In der UEFA Champions League Saison 2019/2020 ist die **RadiciGroup** Hauptsponsor von Atalanta B.C.



Radici Group extends with Atalanta as club juggles shirt branding positions

Chemical and plastics multinational **Radici** Group – the outgoing main shirt sponsor of Serie A outfit Atalanta – will take up a new position on the club’s shirt for domestic competitions in the upcoming season.

SportBusiness reported yesterday that the Bergamo-based club had signed a new main sponsor deal with trading platform Plus500 for all competitions.

The deal was made at a significant increase on the €2m (\$2.3m) per year thought to have been paid by **Radici** Group under its two-year deal from 2018-19 to 2019-20.

Radici Group originally joined forces with the club in 2017-18 as the main shirt sponsor for Atalanta’s Europa League and Italian Cup campaigns.

SportBusiness understands from industry sources that the exact placement of the **Radici** Group logo on the domestic shirt for the 2020-21 season is still being negotiated.

Last season, the club incorporated workwear brand U-Power on the left chest of the shirt, opposite the logo of kit supplier Joma, with warehouse company Automha on the left shirt sleeve. Home energy products company Gewiss, the club’s stadium naming partner, held branding rights on the back of the Atalanta shirt.

The club’s shirt for the Champions League campaign has been launched today and will be followed by the domestic shirt once the logo positions have been determined.

The club said that details of the **Radici** Group collaboration will be communicated in the next few days. Maurizio **Radici**, vice-president of the Bergamo-based **Radici** Group, said: “We are strongly linked to the Nerazzurri [‘black and blue’] shirt because it represents the symbol of a land and a population rich in values, attentive to traditions and who works hard, with determination, to achieve important goals.

“In a moment like this, in which Bergamo has been put to the test [from the Covid-19 pandemic] we think it is even more important that leading local organisations team up to achieve ever more ambitious goals.”

If you need truly granular detail on top-tier club football, ask about our SportBusiness Soccer platform . SportBusiness Soccer is a powerful, easy-to-use digital platform that allows you discover, monitor and analyse every sponsorship deal made by every club in the Premier League, Bundesliga, LaLiga and Serie A.



RadiciGroup : positive results for 2019

The manufacturer of synthetic fibers and yarns, **RadiciGroup**, Grandino/Italy, closed financial year 2019 with consolidated sales revenue of €1,092 million (2018: €1,211 million). The group with 3,100 employees in 16 countries engages in the chemicals, engineering polymers and synthetic fibers businesses.

Crucial to maintaining the Group's competitiveness and development in 2019 was the decision to continue allocating sizeable investments – totaling over €45 million – to the constant technological upgrading of plants and equipment, as well as to business sustainability. In particular, €7.6 million was earmarked for implementing Best Available Techniques, enhancing energy efficiency, emission abatement and R&D activities aimed at adding to low environmental impact processes and products.

At the beginning of 2020, the purchase of shares in **Radici Plastics** France SA, St. Priest/France, was completed, thus giving **RadiciGroup** a majority interest in the French company engaged in the sale of engineering polymers. The group also acquired Zeta Polimeri Srl, Buronzo/Italy, a company specializing in the recovery of synthetic fibers and thermoplastics.



Radici Group, 2019 oltre il miliardo di euro

31 Lug 2020 DI REDAZIONE



Radici Group ha chiuso il 2019 con un fatturato consolidato di oltre un miliardo di euro (1.092 mln), Ebitda a 165 milioni di euro e un utile di esercizio al netto di ammortamenti e svalutazioni a 81 milioni.

La positiva performance è stata spinta dalla decisione strategica di continuare a destinare importanti investimenti – per un valore complessivo di oltre 45 milioni di euro – al costante aggiornamento tecnologico di impianti e macchinari e alla sostenibilità delle attività. In particolare, 7,6 milioni di euro sono stati indirizzati all'implementazione di Best Available Techniques, all'efficientamento energetico, all'abbattimento di emissioni e ad attività di ricerca e sviluppo per incrementare processi e prodotti a limitato impatto ambientale. Gli investimenti effettuati nel 2019 portano il totale dei fondi allocati a sostegno della crescita di Radici Group a 216 milioni di euro nel quinquennio 2015-2019.

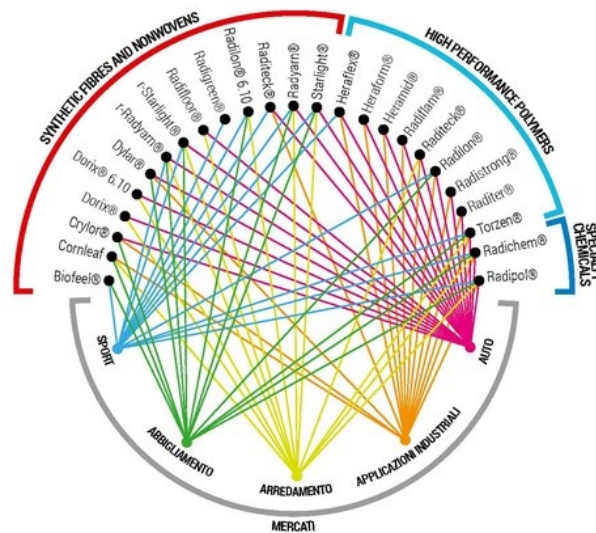
La multinazionale, che opera con 3.100 dipendenti in 16 paesi nei business della chimica, dei tecnopolimeri, delle fibre e dei non tessuti, per la quale l'arredamento è il campo applicativo centrale, nel periodo dell'emergenza si è attivata per mettere a punto una filiera made in Italy volta alla produzione di camici e dispositivi di protezione certificati per uso medico. "Oggi il Gruppo continua in questa attività – aggiunge Alessandro Manzoni, CFO di Radici Group – grazie alla quale è stato generato un importante indotto economico e su cui si concentreranno ulteriori investimenti nella seconda parte del 2020".

Sul fronte acquisizioni, nei primi giorni del 2020 si è conclusa l'operazione di acquisto delle quote di Radici Plastics France SA che ha portato Radici Group a detenere la maggioranza delle azioni della società francese specializzata nella commercializzazione di tecnopolimeri ed è stata finalizzata l'acquisizione di Zeta Polimeri, società italiana attiva nel recupero di fibre sintetiche e di materiali termoplastici.

“I numeri confermano la nostra competitività sul mercato – ha dichiarato Angelo Radici, presidente di Radici Group – Ora la nostra attenzione è focalizzata sull’evoluzione dello scenario globale, su cui peserà, inevitabilmente, l’emergenza sanitaria legata al Covid-19. Nonostante la tenuta dei risultati nel primo trimestre del 2020, nel secondo trimestre e nei periodi successivi ci attendiamo un quadro di generale flessione anche se, ad oggi, è impossibile prevedere con certezza quali saranno i reali effetti della pandemia sull’economia mondiale. Siamo comunque fiduciosi e riteniamo che il Gruppo, grazie alla solidità patrimoniale e finanziaria, alla diversificazione geografica, all’efficienza dell’organizzazione produttiva, nonché ai grossi sforzi in termini di ricerca e sviluppo, abbia messo in atto tutte le strategie per poter affrontare la situazione emergenziale”.

Il Gruppo ha, infine, recentemente costituito la società consortile senza scopo di lucro Radici InNova che gestirà e coordinerà tutte le attività di R&S di importanza strategica per il Gruppo, con l’obiettivo di sviluppare progetti innovativi e generare valore sul territorio.

I NOSTRI MERCATI E BRAND



To Be Global 2019

7

Condividi

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [WhatsApp](#)



Radici Group closes the year 2019 with positive results: Sales EUR 1,092 million and EBITDA EUR 165 million

First quarter 2020 results hold up, but the rest of the year will feel the consequences of pandemic-induced uncertainty and difficulties. Nevertheless, the Group remains cautiously optimistic about long-term prospects, while boosting innovation, sustainability and care for the environment and communities.

Radici Group closes the year 2019 with positive results: Sales EUR 1,092 million and EBITDA EUR 165 million

First quarter 2020 results hold up, but the rest of the year will feel the consequences of pandemic-induced uncertainty and difficulties.

Nevertheless, the Group remains cautiously optimistic about long-term prospects, while boosting innovation, sustainability and care for the environment and communities.

Radici Group – an Italian multinational with 3,100 employees in 16 countries, engaged in the chemicals, engineering polymers, fibres and nonwovens businesses – closed financial year 2019 with consolidated sales revenue of EUR 1,092 million and EBITDA of EUR 165 million.

The results obtained were in line with the budgeted figures and were attained through the strategy of focusing on those Group businesses that were strategic, synergistic and of interest in the medium term. The goal of the Group's approach was to improve its competitive position and achieve an overall balance among the geographical areas where it operates in order to reduce dependency on single markets and increase cash flow to finance new initiatives in its strategic businesses.

Crucial to maintaining the Group's competitiveness and development in 2019 was the decision to continue allocating sizeable investments – totalling over EUR 45 million – to the constant technological upgrading of plant and equipment, as well as to business sustainability. In particular, EUR 7.6 million was earmarked for implementing Best Available Techniques, enhancing energy efficiency, emission abatement and R&D activities aimed at adding to low environmental impact processes and products. The investments made in 2019 to further **Radici Group** growth brought the total amount allocated during the 2015-2019 five-year period to EUR 216 million.

On the acquisitions front, in the first few days of 2020, the purchase of **Radici** Plastics France SA shares was completed, thus giving **Radici Group** a majority interest in the French company engaged in the sale of engineering polymers. The Group also acquired Zeta Polimeri Srl, an Italian company specializing in the recovery of synthetic fibres and thermoplastics.



“We are pleased with how the Group closed the year 2019,” said Angelo **Radici**, president of **Radici Group**. “The figures confirm our market competitiveness. Our attention will now be focused on the evolution of the global scenario and the inevitable impact of the COVID-19 health crisis, which has plagued the whole world since the beginning of the year. Despite the fact that our figures held up during the first quarter of 2020, for the second and following quarters we expect a general downturn, although, as of today, it is impossible to forecast with any certainty what the actual effects of the pandemic on the world economy will be. However, we are confident and believe that our Group has put into place all the strategies needed to handle the emergency situation, thanks to our solid equity and financial position, geographical diversification and efficient production organization, in addition to our great research and development efforts.”

During the present scenario of global uncertainty, **Radici Group** is thus seeking to stay competitive by leveraging its research and innovation work to expand its product portfolio, including products obtained from low environmental impact materials, and to create new market opportunities capable of further promoting the sustainability of Group companies.

Alessandro Manzoni, CFO of **Radici Group**, remarked: “In 2019, we allotted over EUR 45 million to investments aimed at maintaining high levels of technological excellence and innovation to raise our companies’ competitiveness, safeguard the environment and promote the development of local communities. These strategic choices were confirmed by the positive results recorded in 2019, which show an improvement in financial position and related balance sheet ratios over the prior year. The same choices will also guide our future actions. Right in the middle of the COVID-19 crisis, the Group took action to set up a made-in-Italy production chain for the manufacture of gowns and personal protection equipment approved for medical use, thus making a valuable contribution to the fight against the coronavirus. Today, the Group is continuing this initiative as it has become a significant business activity, in which further investments will be made during the second half of the year.”

In keeping with the goal of starting anew by concentrating on innovation and sustainability, which are fundamental values in the **Radici Group** vision, the Group has recently founded **Radici InNova**, a non-profit consortium, which will handle and coordinate all the Group’s strategically important R&D activities, with the objective of developing innovative projects and generating value for the local communities.

Indeed, **Radici InNova** renews and strengthens **Radici Group**’s commitment to a development model that strikes a balance between economic profitability, on the one hand, and environmental protection and social equity, on the other.

With approximately 3100 employees, sales revenue of EUR 1092 million in 2019 and a network of production and sales sites located throughout Europe, North America, South America and Asia, **Radici Group** is one of the world’s leading producers of a wide range of chemical intermediates,

polyamide polymers, high performance engineering polymers and advanced textile solutions, including nylon yarn, polyester yarn, yarn made from recovered and bio-source materials, nonwovens and personal protective equipment for the healthcare field. These products are the result of the Group's outstanding chemical expertise and vertically integrated polyamide production chain and have been developed for use in a variety of industrial sectors, such as: automotive – electrical and electronics – consumer goods – apparel – furnishings – construction – household appliances – sports. The basis of the Group's strategy is a strong focus on innovation, quality, customer satisfaction and social and environmental sustainability. With its business areas – Specialty Chemicals, High Performance Polymers and Advanced Textile Solutions –, **Radici Group** is part of a larger industrial group that also includes textile machinery (**ITEMA**), energy (**GEOGREEN**) and hotel (SAN MARCO) businesses. **Radici Group** is the main sponsor of Atalanta B.C. for the UEFA Champions League 2019-2020.

www.radicigroup.com

Share this TextileFuture content with:

- [Click to email this to a friend \(Opens in new window\)](#)
- [Click to print \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on Facebook \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on Twitter \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on LinkedIn \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on WhatsApp \(Opens in new window\)](#)
-



RadiciGroup ha chiuso in positivo il 2019 con 1.092 milioni di euro di fatturato

RadiciGroup ha chiuso in positivo il 2019 con 1.092 milioni di euro di fatturato, risultato ancora più apprezzabile visto che il trend è proseguito anche nel primo trimestre 2020.

SAITTA
 riconversione

FILIERA BERGAMASCA: Confezione dei camici a uso sanitario

di Paola Tisi

L'azienda Saitta Tex Innovation di Leffe è uno dei produttori bergamaschi che sono entrati a far parte della filiera coordinata da **RadiciGroup** e che si sono riorganizzati in tempi record per realizzare indumenti di protezione secondo i modelli in uso al personale sanitario. Ci siamo fatti raccontare dal titolare, **Diego Bosio**, come è avvenuta questa "riconversione"

La bergamasca Saitta Tex Innovation è una delle realtà della Val Gandino attive in ambito tessile, piccole ma estremamente specializzate e flessibili, ed è un'azienda che opera attraverso due diverse divisioni. Grazie ai suoi reparti interni di taglio, cucito e personalizzazione produce articoli in spugna di cotone e microfibra destinati al settore professionale, come Alberghieri e Benessere, e promozionale. Si occupa inoltre della produzione di filtri e componenti per macchine a getto di vapore e aspiratori industriali utilizzando tessuti certificati per la permeabilità all'aria, la porosità e così via, destinati al settore industriale. Da quando è scoppiata l'emergenza sanitaria, però, Saitta Tex Innovation è entrata a far parte del team di aziende locali coordinate da **RadiciGroup** e si è messa a disposizione per la confezione di camici a uso sanitario da fornire alle aziende ospedaliere del territorio, non solo locale.

IL COINVOLGIMENTO NEL PROGETTO

«Siamo stati coinvolti nel progetto di realizzazione dei dispositivi sanitari dall'azienda **RadiciGroup**

– afferma **Diego Bosio**, titolare di Saitta Tex Innovation – che in noi ha visto un possibile partner locale per la confezione di camici utilizzando i loro rotoli di TNT. Inizialmente abbiamo realizzato solo un prototipo, in seguito una produzione vera e propria. Abbiamo subito pensato che poteva essere una bella opportunità, sia per essere concretamente di aiuto all'ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo in abissima emergenza sanitaria e carenza di dispositivi di protezione, sia per poter in qualche modo riprendere a lavorare, seppur parzialmente e con un'organizzazione completamente diversa dal consueto. Il primo passo è stato quello di contattare le nostre cucitrici, alle quali va il mio ringraziamento perché hanno subito mostrato disponibilità a riprendere il lavoro ed entusiasmo per il fatto di poter contribuire a loro volta alla tutela del personale medico. È partita così una nuova linea di produzione. **RadiciGroup** ha richiesto all'ospedale di Bergamo



I camici confezionati dall'azienda. Fronte e retro



1. Uno scorcio del reparto di Saita Tex Innovation in cui si confezionano i camici

1.3. Alcuni dettagli della fase di applicazione del peltino alla manica del camice

un campione dei camici in uso e Saita Tex ha disegnato il modello e realizzato alcuni prototipi; inizialmente con un tessuto provvisorio, poi con il TNT specifico fornito da **RadioGroup**. I prototipi hanno ricevuto l'ok dall'ospedale di Bergamo e sono stati quindi inviati da **RadioGroup** al Centrocot di Busto Arsizio (VA) per la certificazione di idoneità.

LA RICONVERSIONE DELLA PRODUZIONE

«Per poter realizzare i camici siamo partiti dal prototipo fornito dall'ospedale di Bergamo, abbiamo ridisegnato la sagoma e creato il modello» spiega Diego Bosio. «Siamo intervenuti anche con accorgimenti e piccole modifiche, sia per adattarci al particolare materiale sia per migliorare alcuni dettagli, come per esempio il peltino: quello realizzato per il camice infatti è un po' più strutturato e meno elastico. Abbiamo inoltre modificato alcune cuciture rispetto al campione, rinforzandole e rendendole più solide per ottenere un prodotto migliore. Nell'insieme abbiamo cercato il miglior compromesso tra protezione e comfort». La confezione ha seguito le fasi classiche: banco di taglio, stesura di vari strati di tessuto non tessuto, piazzamento, taglio manuale con taglierina verticale, con circa 150 pezzi a tagliata. «Per fare un camice utilizziamo tre tagli di tessuto che uniamo con le nostre macchine per cucire - spiega ancora Bosio - poi ci sono gli accessori, come i polsini e i laccetti per la chiusura posteriore. Al momento siamo sui 250-300 capi al giorno, ma noi siamo solo una delle aziende che stanno confezionando camici



per **RadioGroup**. Non siamo partiti con una grandissima produzione, innanzitutto per un discorso di sicurezza; infatti, essendo questa una delle valli più colpite, abbiamo evitato di far rientrare tutto il personale e ne abbiamo richiamata solo una parte, organizzandoci con il giusto distanziamento tra le persone e con mascherine, guanti, controllo temperatura al mattino e sanificazione di macchine e ambienti a fine lavoro. C'è poi un altro aspetto: per la nostra produzione ordinaria utilizziamo una quindicina di macchine per cucire, ma il problema è che sono una diversa dall'altra, perché ci occupiamo di molti articoli diversi. Negli ultimi

decenni infatti il mercato ha obbligato le aziende a cambiare: noi trent'anni fa avevamo quindici dipendenti e facevamo soltanto orli alle salviette, magari anche 5.000 al giorno. Però quel tipo di lavoro, così continuativo, standardizzato e in automatico, è andato a morire, soprattutto a causa dell'importazione di prodotti a costi inferiori. Questo ci ha imposto di dirottare parzialmente la produzione, di conseguenza abbiamo diversificato i prodotti in modo da avere più settori e più nicchie in ciascuna di essi. Se questo ci ha permesso di avere un reparto che è in grado di lavorare tanti materiali diversi, di contro ci ha portato a dotarci di macchine per cucire tutte

diverse; quindi, se dobbiamo realizzare lo stesso prodotto come in questa emergenza, siamo un po' più limitati».

IL RITORNO A PRODUZIONI SCOMPARSE

Quando dalle linee di confezione di Saita Tex escono i camici finiti, rientrano in **RadioGroup** pronti per la distribuzione. Ma le aziende che, come questa, convertono parte delle loro linee alla produzione di dispositivi di protezione individuale, poi manterranno queste produzioni? Ci sono i presupposti e i margini economici per farlo? «Ormai queste produzioni non facevano più parte delle abitudini di noi italiani» spiega Bosio. «Se c'era bisogno di 10.000 camici, generalmente li si importava. Penso siano anni che in Italia non si realizzavano più. Ritengo che la decisione di conservare o meno queste produzioni oggi dipenda in larga parte da quanto stabilirà il Governo, che dovrà valutare se mantenere un minimo di filiera interna per essere preparati in caso di un futuro ritorno all'emergenza. In realtà, a livello di prezzo, il nostro prodotto Made in Italy non potrà mai competere con i prodotti importati e quando ci sarà da scegliere vincerà il meno caro. La speranza è che la qualità, la velocità di consegna (rispetto all'organizzazione di un'importazione) e il servizio possano "pesare" al momento della decisione. Il problema è che, se non si reputerà necessario mantenere queste produzioni e perderemo nuovamente tutta la filiera, poi sarà difficile riavviarla; questo perché - come ci ha insegnato l'esperienza attuale - tra ricerche di tessuti, certificazioni e simili l'anno richiede settimane. Settimane che, nelle situazioni di emergenza, sono preziose. E sicuramente un aspetto su cui si dovrà riflettere».

FILIERA BERGAMASCA:

In prima linea nella **realizzazione di DPI**

di Paola Tisi

Il territorio bergamasco, si sa, ha una forte tradizione industriale, tessile, chimica e non solo: 83.000 imprese, 500.000 lavoratori e il 2% del Pil del Paese. Ma durante l'emergenza sanitaria dovuta al diffondersi del Covid-19 ha dimostrato di avere anche una grande capacità di fare rete e di saperli riconvertire, riuscendo in tempi record a produrre dispositivi di protezione individuale destinati al personale medico in prima fila a combattere il virus. Come spiegato fin dall'inizio da Paolo Plantoni, Direttore di Confindustria Bergamo che si è fatta promotrice dell'iniziativa, i materiali da utilizzare per la realizzazione di DPI devono avere caratteristiche particolari: da questa premessa è stata realizzata una mappatura delle capacità tecniche degli associati. Il 19 marzo è stata lanciata una call e oltre quaranta imprese del territorio hanno dato disponibilità a produrre mascherine chirurgiche. Fra queste [RadiciGroup](#), specializzata nella

Fare rete nel nome di un alto interesse collettivo: questo il presupposto comune all'iniziativa di **Confindustria Bergamo** per la realizzazione di mascherine e al progetto di **RadiciGroup** per la produzione di **camici, calzari e copricapi protettivi**. Nel momento di massima emergenza sanitaria, soluzioni veloci e certificate di una filiera a chilometro zero per la produzione di **DPI destinati al personale sanitario**

produzione di una vasta gamma di intermedi chimici, polimeri di poliammide, tecnopolimeri, fibre sintetiche e non tessuti. È proprio partendo dai tessuti non tessuti che l'azienda si è posta come protagonista nella realizzazione e fornitura del DPI.

UNA NUOVA PRODUZIONE, IN TEMPI RECORD

Ecco quindi che **RadiciGroup**, con la sua divisione specializzata nella produzione di un tessuto non

tessuto dalle elevate performance, ha dato vita lo scorso marzo a un progetto di produzione di dispositivi di protezione per medici, infermieri e personale sanitario: non solo mascherine ma anche camici, copricapi e calzari, tutto in tempi record al fine di

realizzare e certificare i prodotti per utilizzo ospedaliero. «Siamo abituati a produrre materiali dalle alte prestazioni - ha sottolineato Angelo **Radici**, Presidente di **RadiciGroup** - e ci siamo chiesti come poter essere di aiuto in questa emergenza.



1-2. Rotoli di tessuto prodotto da **RadiciGroup** nello stabilimento di Sarnano (BG)



Angelo Radici,
Presidente RadiciGroup

Abbiamo così coinvolto altre aziende del territorio, che immediatamente si sono schierate per mettere a punto una filiera credibile e certificata e per far fronte alla necessità di protezione dei nostri medici». Il 31 marzo RadiciGroup aveva già pronti oltre 10.000 metri di tessuto, per i quali erano già state eseguite le prove di accoppiamento con un film protettivo realizzato dall'azienda bergamasca Plastik.

«Collaboriamo da lungo tempo con RadiciGroup», ha dichiarato Gianangelo Cattaneo, Presidente di Plastik - nel quale riconosciamo un autentico partner di lavoro. Quando ci hanno contattati per questo progetto la risposta è stata subito sì: un'azione concreta delle aziende della bergamasca per rispondere a un'emergenza

del territorio. Il nostro compito è stato quello di unire al tessuto non tessuto di RadiciGroup uno speciale prodotto che lo rende antibatterico e traspirante, e quindi resistente agli agenti infettivi. Le prove di idoneità per uso medicale sono state effettuate e validate dal Centrocot di Busto Arsizio (VA).

LA CONFEZIONE DI CAMICIE, CALZARI E COPRICAPI

Importantissime anche la risposta e la tempestività di alcuni confezionisti locali, i quali si sono subito attivati per realizzare gli indumenti secondo i modelli in uso al personale sanitario, che sono stati messi a disposizione dall'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo [vedi articolo a pag. 30]. «Fino all'ultimo risultato dell'ultimo test effettuato - spiega Angelo Radici - siamo stati "prudenti": si tratta di materiali che devono proteggere chi ogni giorno è in prima linea contro il Covid-19. Dovevamo quindi avere la certezza assoluta che i dispositivi garantissero la sicurezza al personale sanitario. Adesso che è arrivata la certificazione posso dirmi soddisfatto e orgoglioso, perché ho visto una grande capacità di fare squadra tra le varie realtà del territorio che abbiamo coinvolto in questo progetto. Ora siamo a disposizione per offrire il nostro contributo».

3. I primi 5.000 camici realizzati da RadiciGroup sono stati donati all'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo



Centrocot in campo per le certificazioni

I camici, le tute, i copricapi e i calzari per proteggere medici, infermieri e personale sanitario sono stati certificati da Centrocot di Busto Arsizio (VA) secondo le seguenti norme:

- UNI EN ISO 13688:2013 Indumenti di protezione - Requisiti generali.
- UNI EN 14326:2004 - Tipo PB 6-8 Indumenti di protezione - Requisiti prestazionali e metodi di prova per gli indumenti di protezione contro gli agenti infettivi.

Centrocot sin dal 1996 è autorizzato da parte dei Ministeri italiani dell'industria,

del commercio, dell'artigianato e del lavoro a rilasciare certificati di conformità CE per indumenti e guanti di protezione individuale. È accreditata da ACCREDITA e autorizzata dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Ministero del Lavoro a rilasciare certificazioni CE, e il relativo controllo sulla produzione, ai sensi del nuovo Regolamento UE 2016/425 relativo ai Dispositivi di Protezione Individuale (moduli 6, C2, D).

«In questo periodo di crisi - afferma Grazia Cerini, Direttore Generale di Centrocot - c'è chi ha scelto di

mettersi in prima linea per dare un contributo attivo, come RadiciGroup, che ha dato vita a un progetto espressione della flessibilità e della capacità bergamasca di rispondere alle sfide più complesse. Centrocot ha preso parte a questo processo testando e certificando i dispositivi di protezione individuale per garantire l'idoneità per uso medicale: un intero equipaggiamento di protezione da agenti biologici - camici, copricapi e calzari - per proteggere chi è impegnata nelle battaglie quotidiane contro il Coronavirus».



I primi 5.000 camici realizzati sono stati donati da RadiciGroup all'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo: il Gruppo è ora a disposizione di associazioni, enti ospedalieri e realtà sanitarie che hanno bisogno di reperire la materia prima o i DPI confezionati.

LE MASCHERINE "MOLAMIA"

RadiciGroup, oltre ad aver messo in campo altre iniziative solidali fra cui varie donazioni - anche in collaborazione con Atalanta Bergamasca Calcio e con Radici Plastik - Suzhou, azienda del gruppo con sede nella provincia di Jiangsu in Cina - è stato protagonista della filiera per la produzione delle mascherine "Molamia", realizzati nell'ambito del progetto "Facciamo Impresa" coordinato da Confindustria Bergamo con Sartini Cycling

Wear e Plastik [vedi articolo a pag. 32]. Il progetto in questione è uno degli otto, sui cinquecento avviati da tutta la Lombardia, ad aver ricevuto l'ok del Politecnico di Milano, con il Dipartimento di Scienza e Tecnologie aerospaziali del prof. Giuseppe Sala. Il primo passo verso la certificazione da parte dell'Istituto Superiore di Sanità. «Lavorando con il Politecnico e le altre aziende bergamasche e coordinati da Confindustria Bergamo - afferma Angelo Radici - abbiamo arricchito la nostra esperienza professionale e personale. È senza dubbio un periodo di grande difficoltà, ma sono certo che ne usciremo più consapevoli. Il nostro territorio è metafora di creatività e capacità di innovazione, e ora stiamo dimostrando l'enorme valore di una filiera capace di fare squadra».



FILIERA BERGAMASCA:

Confezione delle **mascherine chirurgiche**

di Paola Tisi

Anche Santini Cycling Wear, azienda nota a livello internazionale per la produzione di abbigliamento tecnico da ciclismo, ha aderito al progetto "Facciamo l'Impresa" di Confindustria Bergamo e in piena emergenza sanitaria ha avviato la produzione di mascherine chirurgiche monouso per utilizzi sanitari. Ce ne ha parlato Paola Santini, Marketing Manager dell'azienda

Quello per la produzione a chilometro zero delle mascherine "Mollama", che in dialetto bergamasco significa "Non mollare", è un progetto virtuoso che ha coinvolto la filiera bergamasca e che ha visto la partecipazione di cinque aziende del territorio: **Plastiform** per il tessuto e **Piastik** per l'accoppiamento della membrana; è un nuovo confezionista: Santini Cycling Wear di Lallo, che si è occupata della realizzazione delle mascherine, con il contributo di **MiniPack Torre** per il packaging e di **Steris** per la sanificazione.

LA MESSA A PUNTO DEI PROTOTIPI

«L'idea di produrre mascherine ha visto diverse persone coinvolte nella genesi - spiega Paola Santini, Marketing Manager di Santini Cycling Wear - ossia io, mia sorella Monica e molti nostri dipendenti. Volevamo fare qualcosa per essere d'aiuto nella situazione di emergenza, perché come ci ha insegnato nostro papà Pietro Santini, l'importante è non mollare mai e lavorare con dedizione e

passione. Il primo prototipo di mascherina è stato realizzato in poche ore con un tessuto water resistant dell'azienda **Slip** di Cene, che ci ha proposto un tessuto che noi utilizziamo per i nostri body da triathlon. Il primo campione è stato mandato al Politecnico di Milano per le prove, ma non ha superato i test per utilizzo sanitario e medicale. Tuttavia, i tecnici ci hanno detto che poteva essere utilizzato per "scopi civili" nel rispetto del metro di distanza.



Le sorelle Monica (a sinistra) e Paola Santini, rispettivamente AD e Marketing Manager Santini Cycling Wear

Le mascherine: test e certificazioni

Mascherina chirurgica monouso UNI EN 14233 TIPO II conforme al DL 18 del 2020 art.35 comma 7 di tipo chirurgico, composta da 9 strati di SMS 30 gr/m², forma rettangolare di cm 18x18 con doppia pieghettatura sul lato corto (dimensione finale 18x9 cm). Applicazione di elastici laterali. Tessuto non tessuto 100% Polipropilene ottenuto con tecnologia Spunbond e MeltBlown laminato con adesivo a caldo "Hot Mel" topologia SBS (Stirone Butadiene Isoprene Stirone). Grammatatura tessuto: 270 +/- 10% g/ m² Grammatatura hotmel: 5 +/- 10% g/ m². La mascherina è stata certificata dall'Istituto Superiore di Sanità, protocollo 15079 come TIPO II, secondo i seguenti test:
 1. BFE - Efficienza di Filtrazione Batteriologica;
 2. traspirabilità (pressione differenziale) (Pa/cm²);
 3. assenza da contaminazione microbica (Biolunden in accordo ISO 11037-1);
 4. biocompatibilità (in accordo a EN ISO 10993).

«Abbiamo mandata quindi in produzione, ma nel frattempo abbiamo continuato a lavorare ad altri prototipi nei giorni successivi, per arrivare a ottenere una mascherina che potesse garantire maggior protezione».

L'azienda ha raggiunto il suo obiettivo: il 27 marzo 2020 il Politecnico di Milano ha dato l'ok su un nuovo prototipo di mascherina, realizzato con il tessuto non tessuto di **RadiciGroup** accoppiato all'apposita membrana dell'azienda Plastik.

Ma non è tutto. A fine aprile sono arrivati anche la certificazione UNI EN 14683 TIPO II dell'Istituto Superiore di Sanità e l'ok alla distribuzione in ambito medico. «Abbiamo speso un certo tempo nella realizzazione dei prototipi - spiega Paola Santini - alla ricerca di quella che potesse essere la miglior soluzione da produrre nel minor tempo possibile. Poi ci sono stati i tempi tecnici per le certificazioni. Nell'insieme, dal prototipo alla certificazione da parte dell'ISS sono trascorsi circa un mese e una settimana».



La fase di cucitura e plissettatura dei 9 strati di tessuto predefinitamente tagliati con taglio automatico

Una scorcio del reparto cucitura mascherine



LA CONFEZIONE

L'azienda ha richiamato indicativamente i 2/3 del personale, lavorando su due turni e prevedendo di produrre in media 50.000 mascherine al giorno, grazie al supporto di altre aziende per la fase della cucitura. Si parte dal TNT, già accoppiato con la membrana di Plastik, che viene steso sul tavolo di taglio automatico in 9 strati e tagliato in sagome rettangolari; queste poi vengono cucite, sempre nel loro 9 strati, con plissettatura e applicazione dell'elastico. «Nell'insieme non abbiamo dovuto acquistare nuovi macchinari, eccetto uno per il confezionamento - afferma Paola

Santini - ma abbiamo adottato quelli che avevamo, in particolare il taglio automatico; abbiamo fatto alcune prove e regolato con il supporto dell'azienda la velocità di taglio, per riuscire a tagliare materiali per noi nuovi che reagivano in modo diverso al taglio a lama. Naturalmente avevamo già anche le macchine per cucire, ma abbiamo dovuto realizzare diversi campioni, per valutare non solo quale fosse la cucitura migliore e ideale, ma anche quale fosse quella realizzabile nei tempi più veloci, perché la richiesta di mascherine era altissima e dovevamo essere in grado di produrne il più possibile».

Dopo la confezione, le mascherine vengono impaccettate e sigillate in buste da 10 e riposte in scatoloni, quindi mandati all'azienda Sterni, qui gli scatoloni subiscono un processo di sterilizzazione di 48 ore, poi entrano in Santini per la vendita e la distribuzione.

FRA PRESENTE E FUTURO

Ottenuta la certificazione da parte dell'ISS e con 100.000 mascherine prodotte e pronte per la vendita, tuttavia, il Governo ha stabilito che la vendita al pubblico non può superare il prezzo di 50 centesimi a mascherina. «Dopo questa notizia abbiamo momentaneamente bloccato la produzione - spiega Paola Santini - se non altro per capire meglio il da farsi, perché per noi quell'importo

non copre neanche i costi di approvvigionamento del tessuto. Intanto ci stiamo muovendo con donazioni a ospedali e altre strutture sanitarie. Abbiamo donato subito 2.000 mascherine a Emergency per i suoi medici e stiamo lavorando con diverse altre onlus del territorio bergamasco e non solo, a cui stiamo donando le mascherine affinché siano distribuite a vari enti come RSA, Pronto Soccorso e così via». Poi conclude: «Abbiamo lavorato molto su questa momentanea riconversione, ci abbiamo creduto, anche perché abbiamo dovuto imparare tutto da zero, con l'aiuto di un consulente; inoltre abbiamo sostenuto diverse spese per le certificazioni e per la ricerca. Sicuramente è stata una grande opportunità per aiutare il nostro territorio, flagellato dall'epidemia, oltre che per continuare a lavorare, almeno parzialmente. Ma eravamo convinti fin da subito che il nostro intervento sarebbe stato solo temporaneo: finita l'emergenza, infatti, sospenderemo questo tipo di produzione e torneremo al nostro mestiere, che è quello di produrre abbigliamento tecnico da ciclismo».



La mascherina è stata sottoposta e ha passato tutti i test di conformità della norma tecnica EN 14683:2019:

- BFE - Efficienza di Filtrazione Batteriologica;
- carico biologico (Biolunden);
- traspirabilità (pressione differenziale) (Pa/um²);
- biocompatibilità (EN ISO 10993);
- PFE - Efficienza di Filtrazione Particolare.

La confezione da 10 pezzi è processata mediante irraggiamento a elettroni accelerati. Grazie a questo processo di irraggiamento, la carica microbica da batteri e lieviti/muffe viene abbattuta e la mascherina non presenta popolazione di microrganismi vitali con risultato di Biolunden UFC/g-1 (secondo UNI EN 14683 si richiede UFC/g-30).



RadiciGroup

Local cooperation to provide protective equipment

The manufacturer of synthetic fibers and yarns, RadiciGroup, Gandino/Italy, is cooperating with local companies in the Bergamo region to set up a reliable and approved production chain of highly needed protective equipment for medical use.

The collaboration has granted RadiciGroup access to 10,000 m of nonwovens laminated by Plastik SpA, Albano Sant'Alessandro/Italy. Due to a special film these materials are

breathable, anti-bacterial and therefore resistant to infective agents. Tests of the material for medical use were performed and validated at Centrocot, the center for cotton textile and clothing in Busto Arsizio/Italy. Local small garment makers immediately became engaged in the production of the garments according to the specifications for hospital PPE currently in use provided by Papa Giovanni XXIII Hospital in Bergamo.



RADICIGROUP E ATALANTA INSIEME PER AIUTARE BERGAMO

RadiciGroup e Atalanta scendono in campo, ma questa volta il match è di solidarietà. Le due realtà bergamasche hanno deciso di sostenere l'Ospedale da campo che l'Associazione Nazionale degli Alpini sta costruendo negli spazi della Fiera di Bergamo. In particolare RadiciGroup e Atalanta contribuiranno all'acquisto di tutti gli impianti necessari alla somministrazione di ossigeno per circa 200 posti letto destinati a pazienti ricoverati per Covid-19. *"Abbiamo deciso di partecipare a questo progetto – afferma una nota congiunta di RadiciGroup e Atalanta – perché espressione della laboriosità made in Bergamo. Gli Alpini sono il simbolo di una provincia che fa del lavoro il suo valore principale. È un'iniziativa del territorio per il territorio e per questo motivo vogliamo farne orgogliosamente parte".* Ancora una volta la regia di questa iniziativa è curata dall'Accademia dello Sport per la Solidarietà di Bergamo, associazione benefica del territorio che già qualche settimana fa - con l'aiuto di una quindicina di realtà orobiche tra cui RadiciGroup e Atalanta - ha dotato l'Ospedale Bolognini di Seriate di una Tac Mobile utile agli approfondimenti diagnostici necessari per quei pazienti che presentano problemi di carattere respiratorio potenzialmente collegabili al Covid-19. Il nuovo ospedale da campo darà così "un po' di respiro" alle altre strutture sanitarie bergamasche che in questo momento si trovano in una situazione di estremo carico operativo.





RadiciGroup to Deliver PPE for Doctors, Healthcare Workers Fighting Covid-19

04.02.20

First 5,000 gowns will be donated to Papa Giovanni XXXIII Hospital in Bergamo, Italy



Gowns, caps and shoe covers to protect doctors, nurses and healthcare workers battling day in and day out against the coronavirus. The [RadiciGroup](#) business area specializing in the production of high-performance nonwovens has brought to life a project that demonstrates the flexibility of the people in the Province of Bergamo and their capability to stand up to complex challenges.

"Producing high-performance materials is routine for us," Angelo [Radici](#), president of [RadiciGroup](#), points out, "and we wondered how we could help in this emergency situation. So, we decided to call on local companies – which promptly came on board – to set up a reliable and approved production chain to make much-needed protective equipment for our medical personnel."

[RadiciGroup](#) already has available 10,000 meters of fabric, which has passed the lamination test with plastic film produced by the local company Plastik SpA.

"Our collaboration with [RadiciGroup](#) goes back a long time," says Gianangelo Cattaneo, president of Plastik, "and we think of the Group as a partner we can count on. When they contacted us for this project, our answer was an immediate 'yes.' Through this project, Bergamo companies could provide a concrete response to the coronavirus emergency in our region. Our task was to laminate [RadiciGroup](#) nonwovens with a special film that makes the fabric breathable and anti-bacterial, and, thus, resistant to infective agents."

Tests of the material for medical use were performed and validated at Centrocot in Varese. Crucial for the success of the project was the rapid response by some local garment makers who immediately became engaged in the production of the garments, according to the specifications for hospital PPE currently in use provided by Papa Giovanni XXIII Hospital in Bergamo.

Crucial for the success of the project was the rapid response by some local garment makers who immediately became engaged in the production of the garments, according to the specifications for hospital PPE currently in use provided by Papa Giovanni XXIII Hospital in Bergamo.

"We were very cautious all along and waited for the final result of the very last test," [Radici](#) concludes. "Indeed, we were dealing with materials to be used to protect people on the front lines in their daily battle against COVID-19. We had to have absolute certainty that the equipment could ensure the healthcare workers' safety. Now that the approval has finally arrived, I must say that we are very proud, because we saw first-hand the willingness of local entrepreneurs to team up in this endeavour. We are now ready to offer our contribution during this extremely severe crisis we are living through."

The first 5,000 gowns made will be donated by [RadiciGroup](#) to Papa Giovanni XXXIII Hospital in Bergamo.

After that, the group will be at the disposal of medical associations, hospitals and other healthcare organizations that may need to obtain the raw material or receive ready-to-wear PPE garments (contact wecare@radicigroup.com).



Diretta Coronavirus/ Anche RadiciGroup si impegna nella battaglia



1 Aprile 2020

Camici, copricapo e calzari per proteggere medici, infermieri e personale sanitario nelle battaglie quotidiane contro il Coronavirus: RadiciGroup con la sua divisione specializzata nella produzione di un tessuto non tessuto dalle elevate performance ha dato vita a un progetto espressione della flessibilità e della capacità bergamasca di rispondere alle sfide più complesse.

«Siamo abituati a produrre materiali dalle alte prestazioni – ha sottolineato Angelo Radici, Presidente di RadiciGroup – e ci siamo chiesti come potevamo essere di aiuto in questa emergenza. Abbiamo così coinvolto altre aziende del territorio che immediatamente si sono schierate per mettere a punto una filiera credibile e certificata e far fronte alla necessità di protezione dei nostri medici».

RadiciGroup ha già pronti oltre 10mila metri di tessuto, per i quali sono già state fatte le prove di accoppiamento con un film protettivo realizzato dall'azienda bergamasca Plastik.

«Collaboriamo da lungo tempo con RadiciGroup – ha detto Gianangelo Cattaneo, Presidente di Plastik – nel quale riconosciamo un autentico partner di lavoro. Quando ci hanno contattato per questo progetto la risposta è stata subito “sì”: un'azione concreta delle aziende della bergamasca per rispondere a un'emergenza del territorio. Il nostro compito è stato quello di unire al tessuto non tessuto di RadiciGroup uno speciale prodotto che lo rendesse antibatterico e traspirante e quindi resistente agli agenti infettivi».

Le prove di idoneità per uso medicale sono state effettuate e validate dal Centrocot di Varese. Importantissima anche la risposta e la tempestività di alcuni confezionisti locali che si sono messi subito in gioco per realizzare gli indumenti secondo i modelli in uso al personale sanitario che sono stati messi a disposizione dall'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo.



RadiciGroup e Atalanta scendono in campo per aiutare Bergamo



Questa volta il match è di solidarietà, le due realtà bergamasche hanno deciso di sostenere l'Ospedale da campo che l'Associazione Nazionale degli Alpini sta costruendo negli spazi della Fiera di Bergamo. In particolare RadiciGroup e Atalanta contribuiranno all'acquisto di tutti gli impianti necessari alla somministrazione di ossigeno per circa 200 posti letto destinati a pazienti ricoverati per Covid-19.

"Abbiamo deciso di partecipare a questo progetto - afferma una nota congiunta di RadiciGroup e Atalanta - perché espressione della laboriosità made in Bergamo. Gli Alpini sono il simbolo di una provincia che fa del lavoro il suo valore principale. È una iniziativa del territorio per il territorio

e per questo motivo vogliamo farne orgogliosamente parte". Ancora una volta la regia di questa iniziativa è curata dall'Accademia dello Sport per la Solidarietà di Bergamo, associazione benefica del territorio che già qualche settimana fa - con l'aiuto di una quindicina di realtà orobiche tra cui RadiciGroup e Atalanta - ha dotato l'ospedale Bolognini di Seriate di una Tac Mobile utile agli approfondimenti diagnostici necessari per quei pazienti che presentano problemi di carattere respiratorio potenzialmente collegabili al Covid-19. Il nuovo ospedale da campo darà così "un po' di respiro" agli altri ospedali bergamaschi che in questo momento si trovano in una situazione di estremo carico operativo.



Dalla Cina a Bergamo con un carico di aiuti



Radici Plastics Suzhou, azienda di **Radici** Group specializzata nella produzione di tecnopolimeri, con sede nella provincia di Jiangsu in Cina, ha aderito all'iniziativa di raccolta fondi promossa dalla comunità italiana a Shanghai per inviare all'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo oltre 20.000 mascherine e altri dispositivi medici, già arrivati a destinazione.

Anche i i circa cento dipendenti dell'azienda hanno partecipato alla raccolta, unendosi alla proposta della comunità italiana a Shanghai coordinata proprio da alcuni bergamaschi che vivono e lavorano nella città: si è così riusciti a donare oltre 35 mila euro per aiutare l'area di Bergamo ad affrontare l'emergenza coronavirus.



Moda sostenibile 2020, Herno Globe

Dagli studi del 2013 al progetto Herno Globe: la green factory di giacche sostenibili

Si parla tanto di moda sostenibile e dei diversi progetti che aziende, stilisti e designer stanno implementando per rispettare l'ambiente. È, infatti, sottile la riflessione che porta il rapporto “uomo e natura” a una frase ben più forte “l'uomo è natura”. Pensieri che in questi giorni diventano sempre più potenti nella nostra mente se pensiamo ai fatti di cronaca: l'area Antartide a 20°, con i pinguini che camminano sull'erba verde. Una previsione che tristemente è diventata realtà, come conseguenza del progressivo riscaldamento globale.

Dati alla mano, l'industria della moda contribuisce (ahimé) al 10% nelle emissioni globali di gas serra rilasciate in atmosfera, a causa delle lunghe catene di approvvigionamento e della produzione ad alta intensità energetica. Un tema che sempre più è diventato caro ai “big” della moda: nell'ultimo biennio sono state prese decisioni importanti per la produzione e la scelta dei tessuti (vintage, riciclati o mai utilizzati). Numerosi i progetti moda, anche in chiave di capsule collection, che cercano di sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema climate change.

Ma l'azienda Herno non è nuova a questa visione. Già in tempi non sospetti ha iniziato le sue ricerche, partendo da una puntuale mappa dell'intero sistema produttivo di una loro giacca “ mi permetto di sottolineare che siamo stati i primi in Europa, era il 2013 quando abbiamo iniziato lo studio, abbiamo impegnato costantemente il reparto di ricerca e sviluppo su sperimentazioni e rivoluzioni eco-ambientali nei processi produttivi e nel prodotto” - ha dichiarato Claudio Marenzi, Presidente e CEO Herno.

Herno Globe non è l'ennesima promessa, ma un impegno concreto, frutto di un lunghissimo studio dedicato all'eco-sostenibilità, dall'azienda al prodotto. Sotto questa label vengono infatti raccolti tutti i prodotti e progetti green, i primi nati già nel 2016.

Quando e come nasce il progetto Herno Globe?

Nasce dall'esigenza di presentare specificatamente i passati e prossimi studi di Herno sotto la stessa egida della sostenibilità visto che questo processo, già iniziato con il progetto di certificazione europea P.E.F. in collaborazione con **Radici** Group e Eurojersey, su impatto di un capospalla Herno, ha dato vita ad un impegno di un certo rilievo. Da quando abbiamo mappato e misurato l'interno processo produttivo di una giacca Herno, e mi permetto di sottolineare che siamo stati i primi in Europa, era il 2013 quando abbiamo iniziato lo studio, abbiamo impegnato costantemente il reparto di ricerca e sviluppo su sperimentazioni e rivoluzioni eco-ambientali nei processi produttivi e nel prodotto.

Quali sono i tessuti sostenibili utilizzati?

Con la primavera estate 2020 abbiamo introdotto un tessuto in nylon riciclato per l'84% proveniente da bottiglie di plastica e caratterizzato da tinte ottenute per il 50% da materiali di derivazione naturale. La base della tintura viene ricavata dalla buccia della cipolla, usata per la colorazione gialla a cui vengono aggiunti altri elementi come le foglie di indaco per il colore blu, l'uva per i bordeaux, le olive per il verde e il carbone di bamboo per la scala dei grigi. Questo tipo di sperimentazioni sono in continua evoluzione e per la collezione del prossimo Autunno-Inverno, oltre a questi due progetti, ne abbiamo presentati già altri tre.

Herno Globe è un progetto a sé o nel futuro pensate di realizzare solo capi totalmente sostenibili?

Herno Globe vive come etichetta distinta ed in continua evoluzione. Per il futuro prevediamo di ampliare ulteriormente la proposta Globe integrandola con nuovi modelli e altrettante tecnologie “green”. Chiaramente oggi è difficile prevedere di trasformare integralmente le nostre collezioni e la nostra produzione. Facciamo outerwear a 360° coprendo tutte le tipologie di capospalla con più

di 500 modelli per stagione. Per quanto viviamo, finalmente, un momento di grande attenzione sul tema della sostenibilità è ancora impossibile avere a disposizione una così ampia gamma di materie prime sostenibili.

Perché creare un piumino biodegradabile?

Perché l'impegno sulla sostenibilità va pensato e realizzato nella sua visione più completa. Come detto sopra, Globe è un contenitore di progetti green e nel quotidiano è quindi un laboratorio di Herno che esplora il mondo della sostenibilità nella sua totalità di quanto oggi disponibile. Vogliamo sperimentare, e quindi prendiamo in considerazione progetti che seguono il tema della circolarità così come quelli che abbracciamo invece la visione di biodegradabilità completa. Herno Globe Fast5Degradable è appunto il piumino biodegradabile presentato a Pitti Uomo e Milano Collezioni Donna per la prossima AI 2020-21. E' realizzato in nylon 20 denari creato dal filato di poliammide 6.6 Amni Soul Eco® che è una esclusiva Herno per 2 anni. Si degrada completamente in soli 5 anni, accessori compresi. Si pensi che un normale capospalla impiega circa 50 anni per scomparire definitivamente. Questo banalmente significa che un capo di abbigliamento sopravvive ad ognuno di noi, lasciando alle generazioni future un cumulo di rifiuti da smaltire. L'intento è poter far scegliere il cliente che oggi è ben attento ai temi ambientali. Abbiamo capi che derivano dalla trasformazione di materiali di riciclo come le reti da pesca, i polimeri della plastica e le fibre organiche, così come quelli integralmente biodegradabili in discarica in pochissimo tempo.

Dopo Londra, avete altri opening in programma?

Sì, per il 2020 abbiamo in programma altre aperture ma è ancora troppo presto per svelarlo.



Radici e Atalanta insieme per Bergamo



Radici Group e l'Atalanta hanno deciso di sostenere l'Ospedale da campo che l'Associazione Nazionale degli Alpini sta costruendo negli spazi della Fiera di Bergamo, con l'obiettivo di rispondere all'emergenza coronavirus.

Radici e la società calcistica contribuiranno all'acquisto di tutti gli impianti necessari alla somministrazione di ossigeno per circa 200 posti letto destinati a pazienti ricoverati per Covid-19.

“Partecipiamo a questo progetto – dicono insieme – perché espressione della laboriosità made in Bergamo. Gli Alpini sono il simbolo di una provincia che fa del lavoro il suo valore principale. È una iniziativa del territorio per il territorio e per questo motivo vogliamo farne orgogliosamente parte”.

La regia di questa iniziativa è curata dall'Accademia dello Sport per la Solidarietà di Bergamo, che già qualche settimana fa – con l'aiuto di una quindicina di realtà orobiche tra cui **Radici** Group e Atalanta – ha dotato l'Ospedale Bolognini di Seriate di una Tac Mobile.



Breaking News: RadiciGroup , operations run regularly in accordance with the new Italian Government provisions

RadiciGroup , in full compliance with the measures issued by the Italian Government, ensures its customers and suppliers worldwide full operativity.



RadiciGroup employees work responsibly to allow the activities in the production sites to continue safely by adopting all the precautions established by the competent authorities.

The new provisions allow for the unrestricted movement of goods entering and leaving Italy along with goods handled inside the country, and therefore for the regular delivery of orders according to agreements made.

We are confident that the situation will soon return to normal.

www.radicigroup.com

Share this TextileFuture content with:

- [Click to email this to a friend \(Opens in new window\)](#)
- [Click to print \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on Facebook \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on Twitter \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on LinkedIn \(Opens in new window\)](#)
- [Click to share on WhatsApp \(Opens in new window\)](#)
-



Plastics assessment tool plugs leakage gap

LAUSANNE – Sustainability consulting group Quantis and ecodesign centre EA has developed and released a methodology for brands and manufacturers that it says will address plastic leakage, on both a macro and micro scale, in corporate value chains.

Developed over the past 12 months with support from 35 partners – including the likes of Adidas, Decathlon, **RadiciGroup** and Sympatex Technologies – this four-stage approach will enable companies the world over to combat plastic pollution within their supply chains which, in new case studies, has been found to stem largely from a products end-of-life.

“Plastic pollution is a hot-button issue for businesses across sectors,” said Quantis senior sustainability consultant and Plastic Leak Project lead, Laura Peano. “Companies have made bold commitments to address their plastic leakage. To ensure their efforts are focused on areas of greatest impact, they need data-driven solutions.”



Radici Group risponde presente



Tra i tanti disagi provocati dal coronavirus c'è anche quello della difficoltà da parte di aziende, clienti e fornitori di fornire e ricevere notizie certe su ordini e lavorazioni.

Per chiarire la propria situazione **Radici** Group comunica che tutte le società produttive e commerciali sono regolarmente operative e in grado di garantire la continuità dei rapporti con i clienti e i fornitori: “Pur in una situazione particolare, come quella dettata dalla diffusione del Coronavirus – dicono da **Radici** Group – le nostre forze sono più che mai unite per assicurare e ottimizzare lo svolgimento delle attività lavorative”.

Per tutelare la salute del personale degli stabilimenti sono state adottate le precauzioni prescritte dalle autorità competenti, ed anche le reti commerciali operano in completa sicurezza.

Infine le aree di Business del Gruppo (Specialty Chemicals, High Performance Polymers, Synthetic Fibres) sono a disposizione tramite i soliti canali di relazione e condivideranno eventuali futuri sviluppi in relazione alle disposizioni legate al Coronavirus.

TEXTILE WORLD

30TH EDITION

MILANO UNICA'S NEW SPIN ON SUSTAINABILITY

Milano Unica, which is slated for February 4-6 at Milan's FieraMilano Rho fairgrounds, will place sustainable fabrics in its Trends Area for the first time, in order to underscore the fact that eco-fabrics are becoming and should be a fashion staple

BY ALESSANDRA BIGOTTA

Milano Unica continues to evolve. As the market gears up for the 30th edition of the fair, organizers said that the number of exhibitors inched up versus last February's edition, by a total of seven to 477. Some 417 of those will be present at the Textile Exhibition area. Eighty European countries will be at the fair, in line with a year ago. The biggest delegations are expected to come from France, Great Britain, Portugal and Switzerland. The exhibition concept has changed, after organizers decided that Trends and Sustainability are the two main conceptual souls of the event. For the first time since the Milano Unica Sustainability Project was founded, the products and proposals from this area will be integrated in a major way into the Trends Area, the creative hub of the entire tradeshow. "This is not merely a physical division of space but rather a symbol of a cultural and operational fusion between two strategic assets of Made in Italy fabrics. The intertwining of creativity and sustainability are not just the buzzwords of a single edition, but a path that must include an increasingly large number of exhibitors as main drivers, not just because Milano Unica says so, but because the market demands it," organisers said. Seminars have



1. Spring/Summer 2021 from Lanificio Fratelli Piacenza
 2. One of the themes from Botto Giuseppe is graphic design sweater
 3. Some proposals from Emergency's Serotiva Fabrics, which at Milano Unica is launching the Conscious Tech line
 4. A zip from Lampo, now working with RadiciScop to create a recycled ripper
 5. A brand preview for SS 2021 from the fair, inspired by the atmospheres of Mexico City, Los Angeles and Papua New Guinea

been organized by fashion and textile lobby Sistema Moda Italia (SMI) around this new ethos, including one that shines a light on how closely the supply chain is linked to the environment, an in-depth study of the unexpressed potential of the African continent and a focus on innovative startups. Aside from the inaugural conference Feb 4, which will certainly be centered around the sector's involvement in shaping an eco-sustainable fashion sector, there is talk in the press office about a seminar regarding one of the most natural fibres of them all: linen. Organized by SMI, the event is expected to involve Michela Secchi from Centrocot, Marie Demaegd from Masters of Linen and Ornella Bignami from Celc Dream Lab. Returning new names include Como's Ghioldi

(printed fabrics), Lorenzi from Padua (high-level technical fabrics), Jacob Müller from Switzerland (innovative labels thanks to Velvedge technology), French brand Carreman (high-end men's and women's fabrics), the Dutch Verhees Textiles (fabrics), the Prato-based Manifattura Rosati (knitted fabrics) and Lombardy-based firm Omnia-piega (recycled and biodegradable polyester fabrics). Milano Unica is also increasing its online presence with its digital fair e-milano-nica, a B2B marketplace for high-end textiles and accessories, which will mark its second edition with Spring/Summer 2021 fabrics. So far, over 150 exhibitors have joined the platform and promotional activities have been launched to encourage buyers to use the portal



Radici creates circular infrastructure for new recycled nylon

BERGAMO – Italian chemicals, plastics and synthetic fibre producer **Radici** Group has coincided the launch of its new recycled nylon 6 material with the acquisition of native recycler Zeta Polimeri, actions the firm believes can drastically accelerate its ambition of aligning with the principles of the circular economy.

The company's Rencycle fibre makes use of pre-consumer material waste and as such reportedly yields substantial resource savings such as cutting back on energy by 87 per cent and water by 90 per cent.

“We are working on a puzzle now close to completion,” says Angelo **Radici**, president of **Radici** Group.

Ecotextile News spoke with Arturo Andreoni, marketing director of **Radici**'s Performance Yarns business to learn more.



Radici creates circular infrastructure for new recycled nylon

[ecotextile.com/2020012825601/materials-production-news/radici-creates-circular-infrastructure-for-new-recycled-nylon.html](https://www.ecotextile.com/2020012825601/materials-production-news/radici-creates-circular-infrastructure-for-new-recycled-nylon.html)

BERGAMO – Italian chemicals, plastics and synthetic fibre producer Radici Group has coincided the launch of its new recycled nylon 6 material with the acquisition of native recycler Zeta Polimeri, actions the firm believes can drastically accelerate its ambition of aligning with the principles of the circular economy.

The company's Rencycle fibre makes use of pre-consumer material waste and as such reportedly yields substantial resource savings such as cutting back on energy by 87 per cent and water by 90 per cent.

"We are working on a puzzle now close to completion," says Angelo Radici, president of RadiciGroup.

***Ecotextile News* spoke with Arturo Andreoni, marketing director of Radici's Performance Yarns business to learn more.**

"We started cooperating with Zeta Polimeri years ago because they specialise in recycling scraps of fibre material mainly. Not only polyamide but also polyester and other thermoplastic polymers," Andreoni tells us.

With its acquisition, Radici instils a dedicated recycling partner within its fibre division capable of enabling the goal of Radici, which is to continually recycle its Rencycle nylon 6 material in its entirety by converting production scrap into polymers, subsequently finding greater value in material waste rather than simply utilising virgin stock.

"Today it is only pre-consumer materials [that we are using]," Andreoni says. "But from now we are starting a project in order to assess whether it is possible with mechanical recycling to recycle post-consumer materials. It will be a challenging project," he continued, "of course the goal we know very well, we want to fit with the rules of the circular economy. We need to put into our raw materials post-consumer waste."

The company says it can target a number of markets with its Rencycle material – for which Andreoni says there is no limit to the decitex range – with particular interest in carpeting, automotive interiors and apparel.

"Our Group has always made effort and investments to improve the sustainability of its products and processes," notes company president, Angelo Radici. "We have long experience in the recovery and reuse of the industrial scrap from our processes to give them a second life as secondary raw materials in the polymer industry. With these new products we are looking to take centre stage in the world of sustainable textiles."

Web: www.radicigroup.com



RadiciGroup uses recycled nylon for new yarn range

I want to hear about apparel and textile industry webinars and relevant offers

You are agreeing for just-style.com to send you newsletters and/or other information about our products and services that are relevant to you by email.

Clicking above tells us that you're OK with both this and with our privacy policy , terms and conditions and cookie policy .

You can opt out of individual newsletters or contact methods at any time in the 'Your Account' area.



RadiciGroup kicks off new year under sustainability banner

Pic: **RadiciGroup** **RadiciGroup** started off the new year 2020 under banner of sustainability by launching Renycle, a range of yarns obtained from recycled nylon, and acquiring Zeta Polimeri, an Italian company with 30 years experience in recovery of synthetic fibre & thermoplastics. Both actions are aimed at environmental protection and meeting requests of a demanding market.

At Domotex 2020 (hall 11 c48), **RadiciGroup** is exhibiting a number of innovative solutions for the recovered fibres sector targeted at fashion fabrics, furnishings and automotive applications. These new products are the result of the group's vertically integrated nylon production and the synergies among its various business areas, from chemicals to engineering polymers and synthetic yarns.

"We are working on a puzzle now close to completion," said Angelo **Radici**, president of **RadiciGroup**. "Our group has always made effort and investments to improve the sustainability of its products and processes. We have long experience in the recovery and reuse of the industrial scrap from our processes to give them a second life as secondary raw materials in the polymer industry. With these new products we are looking to take centre stage in the world of sustainable textiles."

At **RadiciGroup**, all production scraps become resources. For some time, the group has had the expertise to sort the various polymer scraps and select the most appropriate new use for each of them in the field of engineering polymers. Now, with Renycle, the group has the analogous capability to produce yarn for the segments of textile flooring, rugs and fitted carpet, not to mention the most precious 'Made-in-Italy' fashionwear. Renycle reduces the need for new raw materials of fossil origin, thus decreasing the overall environmental impact, while providing same the high-level technical characteristics the market is accustomed to. Moreover, it is 100 per cent recyclable at the end of its life.

Fibre2Fashion News Desk (PC)

RadiciGroup started off the new year 2020 under banner of sustainability by launching Renycle, a range of yarns obtained from recycled nylon, and acquiring Zeta Polimeri, an Italian company with 30 years experience in recovery of synthetic fibre & thermoplastics. Both actions are aimed at environmental protection and meeting requests of a demanding market. More **RadiciGroup** News... More Textiles News - Germany...



RadiciGroup introduces Renycle at Domotex

13 th January 2020, Hannover

RadiciGroup is starting off the new year with two new sustainability initiatives - the market launch of Renycle , a range of yarns obtained from recycled nylon, and the acquisition of Zeta Polimeri, an Italian company with thirty years' experience in the recovery of synthetic fibre and thermoplastics. Both concrete actions fall within the Italian Group's strategy aimed at environmental protection and meeting the requests of an increasingly demanding market, .

RadiciGroup says.

At Domotex 2020 (Hall 11 C48), **RadiciGroup** will be showing a number of innovative solutions for the recovered fibres sector targeted at fashion fabrics, furnishings and automotive applications. These new products are the result of the group's vertically integrated nylon production and the synergies among its various business areas, from chemicals to engineering polymers and synthetic yarns.

"We are working on a puzzle now close to completion," said Angelo **Radici**, President of **RadiciGroup** . "Our Group has always made effort and investments to improve the sustainability of its products and processes. We have long experience in the recovery and reuse of the industrial scrap from our processes to give them a second life as secondary raw materials in the polymer industry. With these new products we are looking to take centre stage in the world of sustainable textiles."

At **RadiciGroup** , all production scraps become resources. For some time, the Group has had the expertise to various polymer scraps and select the most appropriate new use for each of them in the field of engineering polymers. Now, with Renycle, the Group has the analogous capability to produce yarn for the segments of textile flooring, rugs and fitted carpet, not to mention the most precious 'Made-in-Italy' fashionwear.

"Renycle reduces the need for new raw materials of fossil origin, thus decreasing the overall environmental impact, while providing same the high-level technical characteristics the market is accustomed to. Moreover, it is 100% recyclable at the end of its life," **RadiciGroup** concludes.

Further information



4 minutes ago



Doppia novità al Domotex di Hannover per **RadiciGroup**, che ha lanciato sul mercato Renycle, una gamma di filati che nasce dal riciclo di nylon, e ha annunciato l'acquisizione di Zeta Polimeri, un'azienda italiana con esperienza trentennale nel recupero di fibre sintetiche e di materiali termoplastici.

“È un puzzle che si va completando – commenta Angelo Radici, presidente di RadiciGroup – Da sempre gli investimenti e gli sforzi del Gruppo sono rivolti alla sostenibilità di prodotti e processi. Abbiamo una lunga esperienza nel recupero e valorizzazione degli scarti provenienti da tutte le nostre lavorazioni per dare loro una seconda vita nel mondo dei tecnopolimeri. Con queste novità vogliamo diventare protagonisti di un mondo tessile sempre più sostenibile. Da noi ogni scarto di produzione diventa una nuova risorsa, il gruppo è in grado di selezionare i diversi materiali e finalizzarli alla loro seconda vita più appropriata, fino a ieri in ambito tecnopolimeri e da oggi, con Renycle, anche per realizzare filati per pavimentazioni tessili, tappeti e moquette di design, fino ai capi di abbigliamento più preziosi della moda “Made in Italy”.