

“Per fare la differenza basta un filo (di nylon)”



Ha creato un filo di nylon 100% rigenerabile, recuperandolo da reti da pesca e moquette. Ci ha impiegato anni (“e sono stati terribili”), ha affrontato difficoltà, ha speso molti soldi. Lo ha fatto per amore del Pianeta. A tu per tu con Giulio Bonazzi, Ceo di Aquafil, tra gli imprenditori italiani in ascesa

Può un'azienda tradizionale, che produce un prodotto neanche tanto sostenibile come il nylon, diventare un esempio di economia circolare tanto importante da rivoluzionare il settore dell'abbigliamento? Sembrerebbe di sì. Ad Arco di Trento, sul lago di Garda, c'è una multinazionale quotata in Borsa, con 2.900 dipendenti e mezzo miliardo di fatturato, che ha creato un filo di nylon 100% rigenerato e rigenerabile. In che modo? Recuperando la poliammide dai prodotti che la contengono: moquette, reti da pesca e altri materiali.

L'azienda si chiama Aquafil, il nome del filato è Econyl, brevettato nel 2011, rappresenta il 38% dei volumi prodotti dall'azienda e sta attirando sempre di più l'attenzione dei brand dell'abbigliamento.

«La sostenibilità è l'unica possibilità per resistere nel medio-lungo termine» esordisce Giulio Bonazzi, 57 anni, presidente e amministratore delegato di Aquafil, azienda nata dai suoi genitori 55 anni fa. «Per vedere mamma e papà dovevo andare in ufficio o in stabilimento. A pranzo e a cena avevamo spesso come ospiti altri imprenditori. Mia madre era una grande imprenditrice, una persona straordinaria in azienda». Cresciuto con questi modelli, Bonazzi ha presto imparato a fare, a tenere duro, a combattere, superando difficoltà e scetticismi. «Ho attraversato momenti difficili, ma oggi che sto avendo degli importanti ritorni economici penso che rischi di più chi non cambia».

Com'è iniziata tutta questa storia?

«Aquafil è nata dai miei genitori nel 1965, quando io avevo appena due anni. La prima produzione di nylon 6 è avvenuta nel 1969. Ma non era la loro prima impresa: 9 anni prima i miei avevano dato vita a un'azienda di confezione di impermeabili di nylon, con 6 operai e 4 macchine da cucire. A quei tempi il nylon era una fibra innovativa e gli impermeabili sono stati tra i primi capi di abbigliamento a essere "confezionati", cioè prodotti in modo industriale, in un mondo in cui i vestiti si facevano ancora dal sarto... In seguito i miei genitori hanno compiuto un percorso "a ritroso"».

In che senso?

«Dalla confezione sono passati alla tessitura: acquistavano il filato di nylon, lo tessevano e producevano impermeabili. Infine, dalla tessitura al filato. Ma a quel punto fare solo impermeabili non era più sufficiente: per realizzare economie di scala era necessario trovare altri prodotti per i quali

fosse necessario il nylon 6. Fu così che mio padre, in Svizzera, nei laboratori della DuPont (l'azienda svizzera che nel 1936 ha inventato la poliammide, meglio conosciuta come nylon 66, ndr), venne a conoscenza della moquette, prodotto che utilizzava grandi quantità di filo di nylon, e cominciò a cercare clienti in questo settore».

Quale è stato il suo primo compito in azienda?

«Il mio primo compito da bambino consisteva nel piegare gli impermeabili e metterli nei sacchetti. Durante l'università (Bonazzi si è laureato in Economia e commercio a Venezia, ndr) aiutavo a caricare i tessuti sui camion. Dieci giorni dopo la laurea ho iniziato il mio periodo di istruzione in azienda: prima nel commerciale, poi nel prodotto. Mi mandavano all'estero dai clienti per capire come funzionava il settore della moquette. America, Belgio, Slovenia... ».

Com'è nata l'idea di Econyl?

«Il problema: il nylon si produce dal petrolio e impatta moltissimo sull'ambiente, soprattutto nelle prime fasi della sua produzione, che comprendono l'estrazione, la trasformazione e la produzione della cosiddetta "materia prima", cioè quella che poi viene polimerizzata (il termine tecnico) per produrre il filo di nylon. La bella notizia? Il nylon 6 per sua natura può essere "depolimerizzato", cioè con un solo passo indietro si ritorna alla materia prima, lo si riproduce esattamente com'è quando deriva dal petrolio. Può essere cioè rigenerato, con un minor impatto sull'ambiente».

Come le è venuta un'idea così?

«Io ho sempre "giocato" con l'idea di riciclare le materie prime, cioè trovare dai nostri fornitori materie prime da polimerizzare. A un certo punto ho pensato che potevamo polimerizzare gli scarti, in particolare le moquette usate e le reti da pesca».

Come si fa?

«Invece del consueto flusso “produzione- uso-discarica”, noi partiamo dal fondo, cioè dagli scarti: capiamo dove andarli a recuperare, li portiamo tutti in un luogo, li separiamo dai materiali che non possono essere rigenerati... Tutto questo ha un costo molto alto».

Dove prendete le reti da pesca?

«Le devi cercare, stringere accordi, spesso comprare perché altrimenti il loro destino è la discarica. Molte ci vengono fornite dai grandi allevamenti di salmone e branzino del Nord Europa, ma abbiamo anche stretto accordi con gruppi di volontari impegnati nel recupero delle reti dai fondali marini e sviluppato progetti specifici, per esempio con i pescatori delle Filippine o con gruppi di diversi volontari che recuperano le reti incagliate in relitti marini o nei fondali. Non tutte sono nylon 100%, alcune sono miste, quindi quando le riceviamo nel nostro stabilimento (in Slovenia), dobbiamo separare quelle solo nylon da quelle miste».

Quali problemi ha dovuto affrontare?

«Gli impianti di depolimerizzazione che avevamo non erano in grado di produrre materia prima dagli scarti: dovevamo costruirne uno nuovo, ma anche uno per la preparazione degli scarti. Parallelamente dovevamo anche cercare clienti che fossero interessati al prodotto, per potergli dare un valore. Non è stato facile, perché fino a che non lo abbiamo industrializzato il filato rigenerato era più costoso di quello vergine. Un progetto sul quale abbiamo lavorato 5 anni, dal 2005 al 2010 e che avevamo in parte sottovalutato».

Chi vi ha aiutato?

«Quando nel 2008 andavo dalle banche a chiedere i soldi mi davano del matto. È stato il private equity a credere al mio progetto. Econyl è stato lanciato nel 2011. Il primo settore a

recepirlo è stato quello della moquette, qui ci sono aziende molto attente alla sostenibilità. I brand dell'abbigliamento sono arrivati dopo. A cominciare da Speedo, che ha realizzato parte della sua collezione di costumi, poi Adidas con una linea di costumi e di calze. Poi sono arrivati i brand della moda: Gucci, Stella McCartney, Prada, che ha annunciato che entro il 2022 tutte le sue borse in nylon saranno fatte interamente con Econyl. Napapijri, con il progetto nuovissimo della giacca Infinity, riciclabile al 100%. E ora Safilo per la prima volta ha utilizzato Econyl per la montatura di una linea di occhiali».

Strategia di marketing, o vera attenzione per l'ambiente?

«È il consumatore a richiedere ora prodotti sostenibili. Il problema è diventato una vera e propria emergenza. E il tessile-abbigliamento è il secondo settore più inquinante al mondo dopo il petrolio. Tutto quello che stiamo facendo è pochissimo in confronto all'enormità del problema».

Cosa fare per spingere verso un cambiamento reale?

«Occorrono tre cose. 1) Una buona legislazione. In Norvegia una legge ti dice come devi produrre le bottiglie di plastica, e se lo fai in modo diverso paghi una multa. Inoltre hanno introdotto nei supermercati le macchine per il vuoto a rendere: chi restituisce la bottiglia vuota riceve un coupon che può essere utilizzato per la spesa o dato in cassa in cambio di soldi. Il risultato è un tasso di riciclo del 97%. 2) L'educazione. Nel mondo siamo più di 7 miliardi: bisogna cambiare le proprie abitudini. Si pensi soltanto al cibo, responsabile del 20-30% di CO2 e che poi viene buttato via. 3) La riprogettazione di prodotti e processi. E qui entrano in gioco le piccole e medie imprese».

Saranno le piccole imprese i veri motori del cambiamento?

«Trasformare un'azienda da decine di miliardi di euro di fatturato da lineare a circolare è molto difficile, se inizi

oggi forse ci riusciranno i pronipoti... questo perché all'inizio ci sono costi altissimi e i manager che si succedono ai vertici delle grandi aziende devono fare i conti con i risultati trimestrali (e vengono remunerati in base a questi), quindi hanno una visione più di breve periodo. Al contrario, per i piccoli e medi imprenditori è più facile ripensare i modelli o addirittura creare business nuovi e innovativi».

Ha fiducia nelle nuove generazioni?

«Moltissimo. Il futuro è loro. Già oggi i giovani che lavorano da noi partecipano con entusiasmo a tutte le novità, sono molto interessati all'economia circolare, a modi diversi di consumare, sono parte attiva della sharing economy».

Chi è stato il primo a credere in lei?

«Kelly Slater, il campione del mondo di surf, quando nel 2014 ha creato la sua azienda di abbigliamento (si chiama Outerknown, ndr) e la prima linea di beachwear, cercava fornitori e produttori "amici del mare". Ha sentito parlare di noi, ed è voluto venire a vedere di persona il nostro stabilimento in Slovenia. Ha fatto un video che poi ha diffuso, per noi è stata una grande promozione».

Cosa insegna la sua storia?

«Che nella vita bisogna essere un po' folli. Lo diceva anche Steve Jobs: *Stay foolish, stay hungry*. È bello svegliarsi al mattino e sapere che c'è sempre qualcosa da imparare e che si può imparare da chiunque, purché si rimanga aperti al cambiamento e si abbia fiducia nell'innovazione. Io ci credo».

INFO: www.aquafil.com

Tratto da Millionaire di aprile 2020.



1 IMPARA DAI LEADER
Giulio Bonazzi
www.millionaire.it

“ Per fare
la differenza
basta un filo
(di nylon) ”

Ha creato un filo di nylon 100% rigenerabile, recuperandolo da reti da pesca e moquette. Ci ha impiegato anni (“e sono stati terribili”), ha affrontato difficoltà, ha speso molti soldi. Lo ha fatto per amore del Pianeta. A tu per tu con **Giulio Bonazzi**, Ceo di Aquafil, tra gli imprenditori italiani in ascesa

Può un'azienda tradizionale, che produce un prodotto neanche tanto sostenibile come il nylon, diventare un esempio di economia circolare tanto importante da rivoluzionare il settore dell'abbigliamento? Sembrerebbe di sì.

Ad Aco di Treviso, nel lago di Garda, c'è una multinazionale quotata in Borsa, con 2.300 dipendenti e mezzo miliardo di fatturato, che ha creato un filo di nylon 100% rigenerato e rigenerabile. In che modo? Recuperando la polimerale dai prodotti che la contengono: moquette, reti da pesca e altri materiali. L'azienda si chiama Aquafil, il nome del filo è Econyl, brevettato nel 2011, rappresenta il 50% del volume prodotti dall'azienda e sta attirando sempre di più l'attenzione dei brand dell'abbigliamento. «La sostenibilità è l'unica possibilità per resistere nel medio-lungo termine» sostiene Giulio Bonazzi, 57 anni, presidente e amministratore delegato di Aquafil, azienda nata dai suoi genitori 55 anni fa. «Per vedere mamma e papà devono andare in ufficio o in stabilimento. A pranzo e a cena avevamo spesso come ospiti altri imprenditori. Mio padre era una grande imprenditore, una persona straordinaria in azienda». Cresciuto con questi modelli, Bonazzi ha potuto imparare a fare, a tenere duro, a combattere, superando difficoltà e scotticini. «Ho attraversato momenti difficili, ma oggi che sto avendo degli importanti ritorni economici penso che rischi di più chi non cambia».

Com'è iniziata tutta questa storia? «Aquafil è nata dai miei genitori nel 1965, quando io avevo appena due anni. La prima produzione di nylon è arrivata nel 1969. Ma non era la loro prima impresa: 9 anni prima i miei avevano dato vita a un'azienda di confezione di impermeabili di nylon, con 6 operai e 4 macchine da cucire. A quei tempi il nylon era una fibra innovativa e gli impermeabili sono stati tra i primi capi di abbigliamento a essere "confezionati", cioè prodotti in modo industriale, in un mondo in cui i vestiti si facevano ancora dal sarto... In seguito i miei genitori hanno compiuto un percorso "a ritroso"».

L'apertura dell'articolo pubblicato su Millionaire di aprile 2020