

Trame di made in Italy

Tecnologia e design, performance sempre migliori e stile impareggiabile. Ma il made in Italy dei tessuti non può adagiarsi sugli allori della propria fama. E come spiega Lino Epis, l'innovazione è sempre al centro

«Ciascun tessuto ha una storia "personale", creato e studiato con specifiche trame, intrecci e colori». Lino Epis, titolare della Epicatex, spiega così la prospettiva dalla quale osservare il proprio lavoro di attività artigianale tessile. E perché ogni creazione sia unica, coprendo perfettamente l'esigenza per cui è nata, Epis è convinto che non sia sufficiente affidarsi alla creatività e alla cultura che ha reso noto il made in Italy nel mondo. L'innovazione ricopre un ruolo decisivo. «La partecipazione a progetti di ricerca e sviluppo – dice Epis –, ci ha consentito un apprezzabile percorso



di conoscenza dei sistemi di produzione evolutivi ed eco-sostenibili. Ciò è avvenuto con la collaborazione di aziende avanzate, centri studi d'impresa ed esperti in progettazione ambientale. Così, la spinta vitale della nostra società è alimentata da continui investimenti in nuovi macchinari e volta alla ricerca di personale stimolato e qualificato per garantire attenzione a tutti i processi aziendali interni ed esterni. Puntiamo sulla combinazione di tecnologia e design, grazie anche alla stretta collaborazione con clienti e fornitori che operano a livello mondiale».

Com'è nata la Epicatex?

«La società è stata fondata nel 1981, muovendo i primi passi con lo sti-

molo di una forte richiesta di tessuti per abbigliamento. Dopo anni di collaborazione con importanti aziende abbiamo rivolto lo sguardo verso nuove applicazioni: l'impostazione delle dinamiche aziendali si è improntata per ampliare al meglio la tipologia dei prodotti ed è cresciuta nella ricerca di nuove leve. La produzione è diventata flessibile e si è allargata, oltre ai tessuti per arredamento e biancheria, ai tessuti contract alberghiero, ignifughi, articoli tecnici, pubblicitari e applicazioni. Ci siamo aperti a una rete di rapporti collaborativi, specializzandoci nella ricerca di tessuti sempre più performanti».

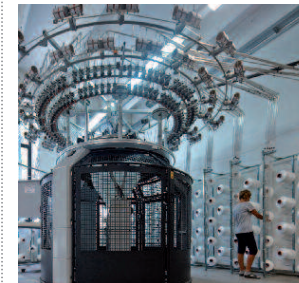
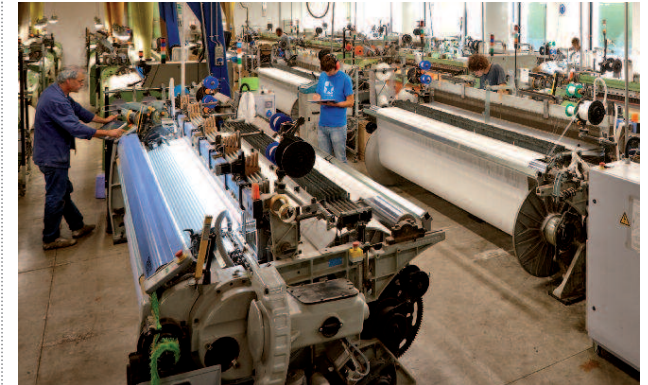
E di quali strumenti vi siete dotati

per raggiungere questi obiettivi?

«Abbiamo acquistato nuovi macchinari nel 2014 e altri sono in preparazione. Si tratta di telai di ultima generazione con caratteristiche che ci permettono di tessere simultaneamente più fibre, abbinando colori e armature in diverse combinazioni, partendo da materie prime selezionate. Tra i nostri prodotti hanno riscontrato particolare successo i tessuti bi stretch che garantiscono una grande versatilità di utilizzo in rivestimenti d'interni e in diverse applicazioni».

In che modo descriverebbe la situazione del mercato attualmente?

«Le difficoltà non mancano, in particolare sta venendo meno l'indotto da cui attingiamo. La risposta sta nel cercare di collaborare il più possibile con aziende italiane ed internazionali cercando, insieme, di accrescere l'eccellenza italiana in un concetto di eco-sostenibilità. Tutto ciò risponde alle nuove esigenze dei clienti: richiedono stile, eleganza, qualità e innovazione. In questo momento concentriamo il nostro maggiore sforzo nella produzione di nuovi tessuti con design e performance in grado di coniugare stile e praticità. Lo sviluppo tecnologico



non ha da dimenticare il reale interesse e bisogno sociale e va abbinato alla sensibilità creativa. Lo studio del concept della linea deve saper sposare l'apporto stilistico con l'esperienza tecnica».

Cosa ha significato per voi ampliare l'offerta di tessuti prima rivolti ai soli settori arredamento e biancheria?

«È stato soprattutto uno stimolo, una sfida che abbiamo superato e continuiamo ad affrontare. Non sono certo mancati momenti difficili, e non mancheranno, ma lavorando in una continua riattivazione delle risorse e strategie positive, credo nella possibilità di trascinare i nostri più stretti collaboratori e le aziende alle quali ci appoggiamo, aiutandoli a non rimanere fermi sulle proprie posizioni. Bisogna continuare ad allargare lo sguardo a nuovi mercati andando oltre il tempo di oggi e pensando al futuro». *Elena Ricci*



Lino Epis, titolare della Epicatex, che ha sede a Vertova (BG)
www.epicatex.it

Missione export

Lino Epis, titolare della Epicatex, parla dell'impegno dell'azienda bergamasca verso i mercati oltre i confini nazionali. «Siamo presenti – premette Epis –, in Italia e nei paesi del Nord Europa. La volontà e la sfida di abbracciare il mondo con i nostri tessuti, vogliono concretizzarsi in un progetto attualmente in fase di sviluppo, per questo stiamo collaborando in sinergia con altre aziende per essere sul mercato ancora più forti e dina-

mici. Cerchiamo di farci conoscere conquistando concretamente credibilità e fiducia. Una comunicazione chiara e diretta, in questo senso, aiuta la negoziazione, migliora la propria operatività ed evita incomprensioni con il cliente. Riuscendo a lasciare una buona traccia di sé si può presentare la propria proposta con successo. Non ci fermiamo: monitoriamo costantemente nel tempo le nostre capacità».