



Una nuova generazione al servizio dell'industria tessile

Innovazione tecnologica, dinamicità e attenzione al cliente

“**L**a nostra è un'impresa al passo con i tempi. Sin dal lontano 1957 siamo al servizio dell'industria tessile nell'ambito della decorazione del tessuto, ma ci siamo sempre adeguati ai vari periodi storici e oggi più che mai siamo in linea con ciò che richiedono i mercati, in termini di tecnologie, tendenze, comunicazione”. Parola di Elena Gregotti, a.d. dello Studio Auriga, fondata dal padre Angelo, tuttora attivo in azienda. Oltre a Elena e Angelo Gregotti, il top management è completato dal marito Stefano Pucci, direttore generale. L'impresa di Solaro è specializzata nella distribuzione nazionale di macchine da ricamo Tajima, società giapponese leader mondiale nel settore del ricamo industriale. “In passato la nostra sede era a Milano. In seguito ci siamo ampliati e nel 2002 ci siamo trasferiti nell'attuale quartier generale dove è presente anche il nostro vasto showroom di quasi 1000 mq, nel quale sono esposti i macchinari di ultima generazione”. Tra i fattori che hanno maggiormente segnato l'evoluzione dell'impresa, spicca un passaggio generazionale indolore e proficuo, caratterizzato da un intenso lavoro di squadra che ha permesso un incessante aggiornamento tecnologico, il perfetto adeguamento dell'organizzazione aziendale alle richieste dei mercati e l'adozione di un modus operandi sempre più performante, per non tradire mai le aspettative del cliente contemporaneo. “Quello che ci distingue dai competitor è l'eccellenza dei nostri macchinari. Se il mercato asiatico ha assorbito la domanda di una produzione di tipo “standard”, noi siamo invece sensibili alle esigenze dei clienti delle grandi case di mo-

da, ossia i ricamatori dei più celebri brand fashion” spiega Gregotti. E in effetti, con una macchina da ricamo

Tajima, è possibile realizzare qualsiasi tipo di decorazione tessile, anche la più delicata, come ad esempio la-

vorazioni paillettes, laser, strass, cordoncino. Nello showroom di Solaro è possibile visionare diverse tipologie di macchine, dalle monotesta per la personalizzazione di capi singoli alle multitesta per produzioni industriali e d'alta moda. “Il nostro cliente, prima di acquistare qualsiasi macchinario, può sperimentare direttamente in showroom la tipologia di lavorazione alla quale è interessato” specifica l'a.d. Ma c'è di più: Auriga University e un marchio della divisione Studio Auriga che rappresenta l'attività di trai-

ning dedicata al ricamo e alla stampa digitale. “Si tratta di corsi formativi che teniamo in showroom per i nostri principali committenti” afferma Gregotti. Incessante in azienda è il lavoro di R&S per generare innovazione. Un esempio? I tecnici dello Studio Auriga sono in grado di sviluppare dispositivi specifici da applicare ai macchinari Tajima per lavorazioni particolari, oppure di studiare macchinari per settori che esulano dalla moda, come l'arredamento o l'automotive. “Alcune case automobilistiche di gran pregio

richiedono sedili in pelle traforata e noi abbiamo le tecnologie adatte per ottenerli. Abbiamo progettato nuovi macchinari proprio per la lavorazione delle pelli dei sedili dei veicoli di lusso” sottolinea l'a.d. E se con la giapponese Tajima il business va avanti da decenni, risale all'anno scorso una più marcata ufficialità, siglata da un accordo di esclusiva in cui Studio Auriga viene riconosciuto come partner rilevante per lo sviluppo tecnologico del brand nipponico. “Il nostro principale obiettivo è aiutare i clienti a produrre il meglio del made in Italy”. E il giro d'affari indubbiamente premia questa attitudine, tanto che nel 2015 è tornato agli stessi livelli pre-crisi. E anche il 2016 promette bene. Un discorso a parte merita Aurifil, altro brand dello Studio Auriga: si tratta di un marchio di filati di elevata qualità destinati al mercato industriale e domestico, seguito sempre da Elena Gregotti assieme al socio Alessandro Veronelli. “Sino al 2000 il mercato di Aurifil era in prevalenza italiano. Poi, il punto di svolta. Ho iniziato a promuovere all'estero i filati di Aurifil, soprattutto negli USA, mercato per eccellenza del quilt patchwork, che è uno degli hobby più diffusi specie tra gli over 60. L'è esiste un gran numero di negozi specializzati che vendono tutto ciò che è attinente a quest'attività, filati inclusi” racconta Elena Gregotti. Risultato? Un successo: attualmente il mercato statunitense copre il 70% del giro d'affari di Aurifil. Anche in questo caso il team Auriga ha saputo adattarsi alle evoluzioni della società moderna e ha appoggiato il mercato nel modo più attuale, ossia tramite Facebook e gli altri social. “Chi si dedica all'hobby del quilt patchwork vive spesso in zone isolate, e il profilo FB lo tiene legato alla comunità. Abbiamo dunque comunicato con questa utenza tramite i social network e le community online, riscuotendo un ottimo feedback” afferma l'a.d. e conclude: “In futuro proseguiremo sulla strada della contemporaneità, studiando prodotti “tailor made” per i nostri clienti, con i quali siamo soliti instaurare rapporti di amicizia e fiducia”.

