

CASE STUDY - ALPAC

# Progettualità, artigianalità ed **eleganza**

Del perché e come la prima "5 metri"  
di ATPColor installata al mondo è in ALPAC,  
che di sé dice «Non siamo un'azienda di stampa»

*Il nostro core business non è la stampa, ma il servizio.  
Offriamo progettazione e gestione di progetto, tutta  
l'eccellenza della realizzazione Made in Italy, fino  
alla comodità e dell'installazione in tutto il mondo,  
da Parigi a Miami.*

**Mauro Oliva**, AD di ALPAC

The ATP COLOR logo is located in the bottom right corner of the page. It consists of the text "ATP" in a large, bold, sans-serif font, with "COLOR" in a smaller, all-caps, sans-serif font directly below it. To the right of the text is a stylized graphic of three leaves or petals, each with a central vein, arranged in a fan-like shape. The entire logo is white and is set against a dark circular background that overlaps the bottom right corner of the page.

ATP  
COLOR

## ALPAC

AZIENDA DI SERVIZI PER IL RETAIL

ROVELLO PORRO (COMO)

12 ANNI DI PRESENZA SUL MERCATO

7.080.000 € DI FATTURATO NEL 2019

52 COLLABORATORI

OLTRE 400 CLIENTI ATTIVI, CON PIÙ  
DI 1000 PROGETTI REALIZZATI NEL 2019

## Problema di business

ALPAC vuole proporre alla propria clientela - di fascia medio-alta - un prodotto nuovo, poco diffuso nel mercato, di qualità elevata. Opta per la stampa su tessuto in poliestere: ecologico, ma soprattutto con un aspetto e proprietà sensoriali inediti rispetto al PVC.

## Ostacolo operativo

Vuole evitare la stampa a sublimazione indiretta, lontana dall'attitudine e dall'esperienza dell'azienda. Non ha mai lavorato con la sublimazione, ma nonostante questo è interessata a una macchina con luce di stampa da 5 metri.

## Soluzione

ATPColor viene raccomandata da un amico stampatore, e l'ottima esperienza con il brand viene confermata da diverse persone e aziende del settore. ALPAC inizia un percorso di studio e approfondimento della tecnologia, ed è la prima azienda al mondo ad aver installato una OneTex 5200.

ALPAC è un'azienda di incontestabile eleganza. Ha una sede architettonicamente ricercata, il design degli interni è curato in ogni dettaglio, gli spazi sono ariosi e contemporanei. Ci accolgono persone sorridenti e misurate. **Mauro Oliva** è un uomo distinto, alla mano, gentilissimo. Ci accompagna nella sala riunioni al primo piano, da cui si vede un reparto produttivo immacolato. Oliva è uno dei tre soci di ALPAC, che in meno di 15 anni è riuscita a passare **dai 3 ai 50 dipendenti**, un fatturato dalla crescita costante, e un portafoglio clienti di profilo medio-alto - quasi tutti **grandi brand del mondo retail luxury e fashion** (Ermenegildo Zegna, Prada, Marina Rinaldi, Loro Piana, Pomellato, Dodo, North Sails, Harmont & Blaine, Intimissimi...).

«**Non possiamo definirci stampatori**» esordisce a sorpresa. «Certo, lo siamo, ma siamo anche molte altre cose: designer, sarti, grafici, creativi, allestitori, progettisti, falegnami» spiega. Non esagera: la sua azienda ha tutti questi reparti, e qualcuno in più (logistica, amministrazione, branding e comunicazione). In ALPAC lavora a fianco di designer e artigiani anche un artista, che interviene nei progetti più complessi sviluppando soluzioni creative e inedite a livello di materiali, processi e risultato finale.

SOTTO, IL TEAM  
ALLA GUIDA DI ALPAC:  
ANDREA PEVERELLI, MAURO  
OLIVA, MAURIZIO BALLABIO



«I grandi brand del retail cercano chi sia disposto ad assumersi la responsabilità integrale di un progetto».

«ALPAC non è solamente una realtà produttiva: la definirei piuttosto **un'azienda di servizi**» continua Oliva. È in effetti il servizio ciò che la rende unica. «I nostri clienti ci cercano perché sanno che noi siamo in grado di **seguire un progetto dall'inizio alla fine**, dalla progettazione all'installazione in tutto il mondo». Tradotto nella lingua dei grandi brand, **avere un unico interlocutore** significa minimizzare tempi e costi di realizzazione, oltre ai rischi legati agli spostamenti dei materiali; significa anche mantenere uno stretto controllo sul processo di produzione, demandare a un fornitore preparato la gestione della burocrazia legata al trasporto internazionale (di anno in anno più complessa), avere la garanzia dello standard non solo della realizzazione dei progetti, ma anche del loro montaggio e della loro installazione. «Quello che i nostri clienti cercano, per il quale sono disposti a pagare cifre importanti, è un **partner capace di assumersi tutta la responsabilità di un progetto** e portarlo a realizzazione nei tempi e nelle modalità concordate» afferma Oliva.

«Con ATPColor OneTex 5200 ci si è aperto un mondo che non potevamo immaginare, anche al di fuori del retail».

La decisione di investire in una stampante a sublimazione da 5,2 metri di luce di stampa è parte di una strategia di business che vede la stampa come parte di **un ecosistema molto più ampio**. Con la scelta della tecnologia a sublimazione si è deciso di intercettare una tendenza ancora non molto forte tra i brand del retail, ma che verosimilmente acquisirà importanza nell'immediato futuro: l'**ecosostenibilità**. Al momento, questa tecnologia riscuote successo tra i clienti di ALPAC per le sue **performance tecniche**: rapidità del processo di stampa e termofissaggio, brillantezza dei colori, naturalezza delle sensazioni tattili e visive offerte dagli stampati, totale mancanza di odore, semplicità di trasporto. A queste si aggiunge la possibilità di realizzare stampe e fondali di dimensioni cospicue senza cuciture: **«Il bisogno che i brand non**

## Perché ALPAC ha scelto ATPColor OneTex 5200

I tempi di stampa e termofissaggio sono **minimi** grazie alla calandra integrata, quindi c'è più margine per confezione e consegna (aspetto determinante per molti progetti high-end)

**Prodotti ecosostenibili** come le stampe con inchiostri a base acqua su tessuto di poliestere riciclato subiscono **minori controlli e rallentamenti in dogana**

La luce di stampa da 5,2 metri permette di proporre ai clienti **prodotti di dimensioni superwide senza cuciture**, e quindi, di fatto, suscitare in loro un nuovo bisogno

La **qualità** di stampa, la **luminosità** dei colori, la **bellezza** della realizzazione su tessuto sono caratteristiche importanti per clienti di fascia medio-alta

ATPColor e ALPAC sono **vicine fisicamente e "filosoficamente"**: questo si traduce in assistenza tempestiva e condivisione di valori







## PER APPROFONDIRE

**ALPAC**  
Via Petrarca 1  
22070 Rovello Porro (Como)  
tel. 02 973 88 797  
info@alpacsrl.com

ALCUNE REALIZZAZIONI  
PER CLIENTI DEL MONDO  
LUXURY E FASHION

**sapevano di avere»** commenta Oliva. Grazie alla "5 metri", ALPAC si è avventurata anche al di fuori del mercato retail: «La voce si è sparsa, e abbiamo realizzato **progetti prima impensabili**, fondali per il cinema e la televisione, oppure coperture di monumenti come la cattedrale di Saint Paul e il London Eye, la ruota panoramica di Londra, in occasione del lancio del film *Spiderman*» racconta Oliva. D'altro canto restare dentro i confini, seguire percorsi già scritti, non fa parte del DNA di ALPAC e dei suoi soci. Così nel 2018 hanno creato Zelo21, e-commerce di oggetti di design che risponde a questo imperativo: "Desideravamo un posto dove collezionare cose belle. Così lo abbiamo creato". Tutti i prodotti a marchio Zelo21 sono selezionati con cura e gusto. Molti vengono realizzati o personalizzati all'interno di ALPAC: dalle candele profumate con etichette dal sapore vintage alle postazioni per smartworking in legno, a forma di animali, di ispirazione scandinava. Facciamo a Mauro un'ultima domanda,

prima di salutarlo: come mai il nome ALPAC? Lui sorride: «Nella prima riunione che ho fatto con i miei futuri soci, appena prima di costituire l'azienda, nel 2007, sono sbottato: "Ma come faremo? Abbiamo le pezze al c...". Dalle iniziali di questa colorita espressione, il nome ALPAC. Questo non scrivetelo, però». Noi invece lo scriviamo, e pensiamo che tutto sommato questo nome scaramantico forse ha portato fortuna all'azienda, che da perfetta startup ha iniziato "in garage", ha superato in modo brillante la crisi del 2008 e continua a crescere e prosperare. O forse, più semplicemente, ALPAC è guidata e composta da gente in gamba, e per questo ha un futuro luminoso.



*ATPColor è un'azienda italiana che produce macchine digitali per la stampa a sublimazione su tessuto dal 2003. I suoi oltre 500 clienti in tutto il mondo sanno di poter contare su una soluzione di stampa brevettata, progettata per rendere il loro lavoro semplice, efficace e produttivo. Hanno anche la garanzia di trattare con un'azienda composta da persone competenti, etiche e appassionate, che agiscono ogni giorno per rendere migliore l'ambiente in cui viviamo.*

**ATPColor**

Via Mascagni, 42  
20030 Senago (MI)  
tel. +39 02 9986 777  
P. IVA 04034890964  
info@atpcolor.it  
**www.atpcolor.it**