

confezione
anniversario

Luciano Sardini
con la figlia Mirella,
oggi alla guida
dell'azienda a
fianco del padre



40 anni

Cristiana Tonini

di innovazione e di passione in sala taglio

L'azienda IMA, specializzata nella produzione di impianti di stesura, di sistemi di movimentazione e gestione delle pezze, di tagli automatici e di programmi software per l'organizzazione della sala taglio, ha festeggiato lo scorso 24 novembre **40 anni di attività**. Un **traguardo importante**, per un'azienda che ha sempre fatto e fa dell'innovazione tecnologica e della qualità **made in Italy** la propria bandiera

In occasione dei festeggiamenti presso la nuova sede Ima di Palazzolo sull'Oglio abbiamo intervistato Luciano Sardini, alla guida dell'azienda insieme alla figlia Mirella, e abbiamo ripercorso le tappe principali di un cammino di crescita giunto ai suoi primi 40 anni. E che, al motto di "always ahead", qui non si ferma.

1977-2017: che significato ha per voi questo traguardo?

Quarant'anni della nostra azienda per noi sono la prova che siamo cresciuti, ci siamo trasformati e rinnovati senza fermarci mai. Abbiamo superato le

innumerevoli difficoltà incontrate e abbiamo raccolto tutte le sfide che il mercato ci ha lanciato. Tutto questo ci ha permesso di essere identificati oggi come un'azienda leader consolidata a livello internazionale. Il mercato ha guardato con attenzione quello che faceva IMA così come IMA non ha mai distolto lo sguardo dal mercato e dalle sue richieste, cercando di incontrare sempre le esigenze del momento, anche rincorrendo i cambiamenti repentini degli ultimi tempi. Un traguardo importante quindi, reso possibile grazie al fatto che l'azienda, e tutti coloro che contribuiscono ogni giorno a farla crescere, hanno sempre portato

Un grande evento per festeggiare i 40 anni

Per celebrare l'anniversario di IMA il 24 novembre scorso sono confluiti presso la nuova sede di Palazzolo 230 invitati provenienti da tutto il mondo, compresi i Paesi di maggior mercato per l'azienda come Sri Lanka, Vietnam, Pakistan, Cina, Colombia, Messico, Portogallo, Spagna, Romania e Bulgaria. Una giornata di festa, business e riconoscimenti importanti, cui hanno partecipato anche grandi nomi dell'industria della moda come Canali, Calzedonia, Lardini, Hugo Boss e Dolce & Gabbana.

«Il 24 novembre 2017 è per noi un punto d'inizio e non un traguardo – ha dichiarato con emozione Mirella Sardini, oggi alla guida dell'azienda a fianco del padre Luciano di 84 anni -. È l'occasione per festeggiare,

con tutti coloro che ci hanno sostenuto in questi anni, anche difficili, la nuova IMA. Una sede triplicata e completamente rinnovata, una tecnologia d'avanguardia che riflette i 40 anni di esperienza maturata. Iniziare una nuova sfida è il nuovo obiettivo, una nuova avventura, un nuovo progetto». In occasione dei festeggiamenti è stato presentato anche il nuovo sistema IMA Typhoon 70, quarta generazione di taglio automatico IMA: una nuova testa di taglio con velocità della lama fino a 6000 giri/min, masse controrotanti per ridurre al minimo le vibrazioni, sensori di sforzo lama per ottenere elevata qualità di taglio, valvole proporzionali per il comando dei cilindri pneumatici.



Visuale della nuova sede Ima di Palazzolo Sull'Oglio, triplicata e completamente rinnovata

avanti valori forti, in cui ci siamo sempre riconosciuti e nei quali continuiamo a credere con fermezza.

Dopo 40 anni raccontare la nostra storia, certificata dal tempo trascorso, dalle sfide imprenditoriali che si sono susseguite e dall'affermarsi del nome IMA nel mondo, è un segnale forte. È il vero patrimonio aziendale che si è arricchito, giorno dopo giorno, dagli incontri con persone e luoghi di tutto il mondo, dalla tradizione di ricerca e sviluppo che ci caratterizza e dall'innovazione che abbiamo portato avanti imparando a conoscere le innumerevoli culture produttive. Senza dimenticare il confronto e il miglioramento delle esperienze progettuali interne, costrette, ma anche stimolate dalla competizione globale a trovare sempre soluzioni nuove e al passo con i tempi per soddisfare anche i clienti più esigenti.

Quali sono state le tappe principali che hanno segnato l'evoluzione dell'azienda e dei prodotti?

La storia di Ima è costellata da tanti traguardi e da tante tappe che si sono susseguite. L'ultimo grande traguardo pre 2017, che rappresenta una vera svolta, è del 2013, anno in cui abbiamo introdotto a Texprocess il primo stenditore digitale,

ovvero abbiamo applicato per la prima volta nella storia del nostro settore la tecnologia digitale su uno stenditore con risultati sorprendenti.

La serie Ima Phoenix 890 rappresenta infatti il primo traguardo di un progetto, molto ambizioso, di macchinari controllati interamente attraverso tecnologia digitale e realizzati con elettronica di ultima generazione.

L'esperienza quarantennale di IMA in sala taglio, in particolar modo nella stesura, ci ha consentito lo sviluppo e la produzione di uno stenditore decisamente innovativo, dalle caratteristiche molto versatili, ideale per produzioni con materiali variegati e che si integra perfettamente nella Syncro Cutting Room, l'ultima APP web-based da noi sviluppata, presentata in anteprima nel 2015 e implementata

quest'anno. Questo applicativo software permette di avere sotto controllo una o più sale taglio dislocate nei diversi Paesi, da qualsiasi parte del mondo e con qualsiasi device, con un'immediatezza davvero straordinaria.

Ma prima ci sono state altre date fondamentali che hanno scandito l'evoluzione tecnologica di Ima. Per esempio: 1977 primo stenditore automatico e programmabile; 1987 primo stenditore senza pinze per la stesura dei gradini irregolari; 1997 primo sistema completamente automatico per la movimentazione e la gestione delle pezze di tessuto; 2003 stenditore Fly, un progetto ingegneristico rivoluzionario; 2005 modello Formula, il primo taglio IMA. E per il 2017?

La nuovissima macchina di taglio automatico IMA Typhoon 70: un progetto ambizioso e innovativo che rappresenta un grosso passo in avanti, sviluppato grazie all'impegno e la collaborazione di tutto lo staff tecnico dell'azienda.

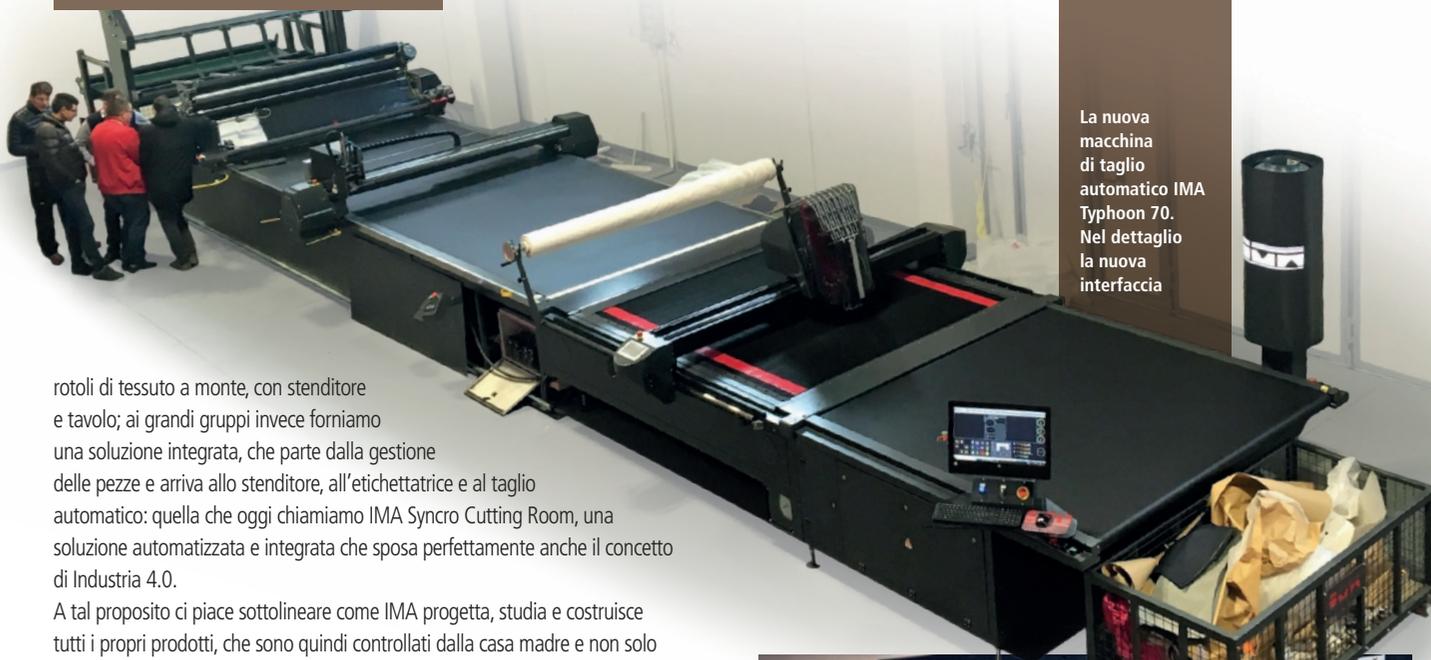
Qual è la vostra specializzazione di prodotto?

I nostri prodotti di punta oggi rimangono lo stenditore e il taglio automatico. Alle aziende più piccole solitamente suggeriamo di partire con tavolo e stenditore, a quelle un po' più organizzate proponiamo un sistema di movimentazione dei

In alto, uno scorcio dei nuovi reparti produttivi, ampliati e ottimizzati nel percorso del materiale

confezione

anniversario



La nuova macchina di taglio automatico IMA Typhoon 70. Nel dettaglio la nuova interfaccia

rotoli di tessuto a monte, con stenditore e tavolo; ai grandi gruppi invece forniamo una soluzione integrata, che parte dalla gestione delle pezze e arriva allo stenditore, all'etichettatrice e al taglio automatico: quella che oggi chiamiamo IMA Syncro Cutting Room, una soluzione automatizzata e integrata che sposa perfettamente anche il concetto di Industria 4.0.

A tal proposito ci piace sottolineare come IMA progetta, studia e costruisce tutti i propri prodotti, che sono quindi controllati dalla casa madre e non solo commercializzati. Ciò le permette anche di agire sui propri prodotti in modo autonomo, ponendosi di fronte al cliente come unico partner tecnologico. Un grande punto di forza che può vantare IMA e pochi altri nel mondo.

Quali sono i punti di forza e le principali strategie commerciali su cui puntate?

Tutti i nostri macchinari sono made in Italy e sono prodotti nella nostra sede di Palazzolo, che per esigenze produttive abbiamo deciso di ampliare e rinnovare con una superficie coperta di circa 9000 mq. Il mercato oggi richiede inoltre un'organizzazione e un'ottimizzazione del flusso e delle fasi di lavoro per poter competere a livello globale; per questo abbiamo puntato innanzitutto sul controllo qualità del materiale in ingresso, creando un'area in fabbrica dedicata a questa importantissima attività. Un tema assolutamente rilevante quello dell'affidabilità, basilare soprattutto in riferimento ai nostri mercati, oggi lontani e che necessitano di garanzie qualitative fin dall'inizio.

Non manca naturalmente il servizio post vendita, punto centrale della nostra strategia commerciale. Per noi è un must vendere solo dopo essersi preparati, organizzati e aver studiato in modo approfondito il mercato locale, affidandosi anche in loco a una fitta rete di collaboratori e agenti, che ci permettono di seguire in modo assiduo ed efficiente i nostri clienti. Si va dall'area asiatica, con l'India, dove nella città di Bangalore abbiamo fondato il nostro headquarter per l'Asia, Bangladesh, Sri Lanka, Vietnam, Indonesia. Poi ci sono quelli in via di sviluppo come l'Etiopia, dove stiamo affrontando le prime vendite, senza dimenticare il mercato americano e sud americano che ci stanno dando delle buone soddisfazioni, e parte del continente europeo, Italia compresa.

Oggi come si conciliano le conoscenze della prima generazione con la seconda e terza, quest'ultima nativa digitale? **(risponde Mirella Sardini)**

Dopo aver fondato, cresciuto e consolidato il Gruppo Macpi nel mondo, il nome Sardini è affiancato ormai da tempo al settore della sala taglio. Inizialmente con



dei soci, oggi in totale autonomia, mio padre è a capo dell'azienda insieme a me e a un team di persone estremamente giovani, ma preparate e animate da grande entusiasmo e passione per un progetto che ha rivoluzionato l'azienda e l'ha portata in pochi anni ai vertici del mercato internazionale. Tutto ciò è stato reso possibile grazie alla grandissima esperienza di mio padre e alla sua capacità imprenditoriale indiscussa, al suo continuo slancio verso i mercati mondiali e soprattutto a una lungimiranza che non lo ha mai fermato neppure nei momenti più difficili e anzi, lo ha portato alla conquista del mondo alla guida di un gruppo di giovani ingegneri e softwaristi, di un reparto vendite nuovo e agguerrito, e di un nocciolo duro di tecnici in produzione.

Oggi il confronto fra generazioni è alla base del successo di IMA. In termini familiari siamo alla seconda generazione della famiglia Sardini, un confronto fra padre e figlia che non è sempre facile, ma che ogni giorno offre lo spunto per nuove idee e per nuovi orizzonti. La terza generazione è in via di formazione, seppur già presente da tempo, visto che negli ultimi anni l'età media dell'azienda è scesa sotto i 28 anni.