

IMA ha consegnato ad **Area B** la linea completa **Syncro Cutting Room** in ottica **Industria 4.0** per **produzione digitalizzata, automatizzata e interconnessa**



Federico Venturato, AD Area B



di **Moreno Soppelsa**

Sala taglio

verso il paradigma 4.0

La collaborazione tra due aziende estremamente attente all'innovazione nella produzione e nell'impiego di macchinari che siano Industry 4.0 ready può portare a grandi risultati. Un buon esempio è rappresentato dalla fornitura da parte di IMA – società bresciana specializzata nella produzione di sistemi di movimentazione e gestione delle pezze, impianti di stesura, tagli automatici e programmi software per l'organizzazione completa della sala taglio – della linea completa Syncro Cutting Room ad Area B, azienda di Piove di Sacco (PD) che produce intimo

e costumi da bagno per conto e anche su licenza di alcuni tra i più importanti brand del mondo della Moda. Scopriamo in dettaglio come si è articolata questa collaborazione.





Due dettagli della linea Syncro Cutting Room già operativa presso Area B

[A sx] Area di taglio della linea completa Syncro Cutting Room in una fase operativa nella sede di Area B

Area B ha scelto IMA perché “è un’azienda importante nel settore, con una forte dedizione e competenza: tutti elementi chiave nella scelta dei nostri fornitori”



La linea Syncro Cutting Room di IMA



Gian Pietro Rossi, Direttore commerciale di IMA

La storia di IMA

IMA è stata costituita nel 1977 per volontà dei due soci fondatori del Gruppo Macpi, Luciano Sardini e Giovanni Cartabbia. Da Torino si è trasferita subito dopo a Palazzolo sull’Oglio, dove ha sede anche la Macpi, entrando subito a far parte del Gruppo. Gli anni della svolta per IMA sono stati il 2008 da una parte e il 2017 dall’altra. Nel 2008 infatti il socio di minoranza ha lasciato l’azienda, il che ha dato il via a un percorso tutto nuovo. La scissione ha coinciso anche con la grande crisi economica mondiale del 2009.

Nonostante queste vicissitudini, con al timone Luciano Sardini, IMA nel giro di pochi anni è riuscita a crescere in maniera esponenziale a livello sia di fatturato sia tecnologico e produttivo, con un range di macchinari completamente rinnovato.

Nel 2017, poi, staccandosi dal Gruppo Macpi IMA si è resa totalmente autonoma: anche da un punto di vista commerciale, con una propria rete vendite ben organizzata sia in Italia sia all’estero, per consolidare la propria posizione di rilevanza nella fornitura di soluzioni integrate per la sala taglio. L’esperienza di oltre quarant’anni le ha permesso di crescere fino ad oggi con un ruolo di partner tecnologico affidabile ed efficiente, sempre pronto a sviluppare nuove soluzioni per i propri clienti, divenuti più esigenti.

I RAPPORTI TRA IMA E AREA B

«Area B – ci racconta Gian Pietro Rossi, Direttore commerciale di IMA – era già un nostro cliente al quale in passato avevamo consegnato uno stenditore modello 853, cavallo di battaglia di IMA. L’azienda aveva la necessità di cambiare il parco macchine, proponendo una linea che rispondesse al concetto di produzione digitalizzata, automatizzata e interconnessa, e che incontrasse quindi i requisiti dell’Industry 4.0. Siamo stati interpellati in quanto già fornitori e, dopo diversi incontri, abbiamo avuto il via libera per portare avanti l’ordine. L’essere già stati, in passato, presenti in azienda con un macchinario che ha soddisfatto le esigenze del cliente di certo ha giocato a nostro favore.

La nuova soluzione proposta da IMA si traduce nell’ottimizzazione dei consumi e delle prestazioni, nel risparmio delle risorse energetiche e non solo, guardando al futuro in ottica sostenibile».

«Essendo un’azienda in forte crescita – conferma Federico Venturato, AD di Area B – era necessario adeguare i nostri macchinari e impianti. Abbiamo scelto IMA perché è un’azienda importante nel settore, con una forte dedizione e competenza: tutti elementi chiave nella scelta dei nostri fornitori. La nuova linea è ormai diventata parte integrante della nostra produzione, incrementando notevolmente la produttività grazie a maggiore rapidità, notevole risparmio energetico e meno rumorosità».

LA NUOVA LINEA

Vediamo più da vicino, con Gian Pietro Rossi che si è occupato direttamente della vendita della nuova linea all’azienda padovana, in cosa consiste esattamente l’attrezzatura fornita.



Una parte dello stabilimento produttivo di IMA a Palazzolo sull'Oglio (BS)

«Area B è un cliente esigente che realizza una produzione di alta qualità. Lavora per le grandi firme, quindi deve sempre mantenere uno standard molto elevato e al tempo stesso massimizzare la produzione; con la linea IMA Syncro Cutting Room gli abbiamo consentito di centrare entrambi gli obiettivi».

La linea fornita è composta da uno stenditore di nuova generazione, totalmente digitale e interfacciato, modello Phoenix 890 L, 6 m di tavolo standard più 12 m di tavolo a conveyer che permettono di muovere in automatico i materassi stesi senza alcuna necessità di manipolarli, quindi con un'altissima precisione, in ingresso del taglio modello IMA Typhoon 920.70 che consente al cliente di raggiungere i propri target produttivi con una qualità costante.

«Fra taglio e stesura – prosegue Rossi – è stata inserita anche l'etichettatrice modello 908, che lavora in modo autonomo fra l'una e l'altra stazione: riduce al minimo i tempi morti e garantisce quindi un alto grado di efficienza, posizionando un'etichetta (con le informazioni necessarie per il cliente, come il riconoscimento dei pezzi) sul primo telo dei vari pacchi che

poi vengono tagliati. Questa macchina consente un grande risparmio di carta che invece sarebbe necessaria con l'utilizzo del plotter. A completamento della commessa abbiamo fornito anche il CAD Maxima, una delle suite più complete di programmi per la modellistica presenti sul mercato». L'interfaccia grafica e le funzioni costruite sul modello dei più diffusi programmi di progettazione (ad esempio Autocad), garantiscono un utilizzo molto intuitivo, con tempi di apprendimento estremamente brevi per il nuovo operatore. L'interfaccia grafica è personalizzabile, così come shortcut e macro che permettono di creare da zero un modello in pochi secondi. A questo si aggiungono gli importatori di file proprietari di alcuni dei CAD più comuni.

«Un altro aspetto che rende Maxima unico – sottolinea il Direttore commerciale di IMA – è il sofisticato algoritmo di nesting automatico che assicura tassi di efficienza estremamente

precisi, con tempi di lavorazione sotto il minuto. Infine, MTM è il programma che permette l'automazione di capi su misura: raccoglie in un database tutte le informazioni personali, misure, modelli e ordini dei clienti, integra questi dati con PLM o ERP e automatizza la produzione del capo, dalla progettazione al posizionamento e taglio».

I PUNTI DI FORZA

Quali sono i punti di forza di questa attrezzatura?

«Il principale – spiega Rossi – è che si tratta di una linea completa interamente prodotta da IMA nella della sua sede di Palazzolo sull'Oglio. Una soluzione tecnologica che IMA e pochi altri competitor sono in grado di fornire, perché l'azienda bresciana produce al proprio interno tutti i macchinari e i software di gestione per la sala taglio, dunque ha un totale controllo e una completa interfacciabilità e interconnessione fra le macchine. In particolare, lo stenditore Phoenix 890 L ha rappresentato una grande rivoluzione per questo cliente (e non solo). Il modello L è una macchina sviluppata e studiata con un brand di Underwear molto conosciuto in tutto il mondo; attraverso questa partnership è stato possibile studiare e analizzare i tessuti leggeri, tipici di questo settore, e capirne le difficoltà e le problematiche, per poi definire e proporre tutte le migliori soluzioni».

L'ATTIVITÀ DI AREA B

Nata nel 1999 e oggi operativa con una sede di più di 4.000 m² in provincia di Padova, forte di una consolidata esperienza nel settore Beachwear e Underwear, Area B si è affermata nel tempo sul duplice fronte della produzione conto terzi e delle licenze. Ambito, quest'ultimo, in cui negli ultimi anni l'azienda ha aperto nuovi

scenari internazionali con player di primo livello in Europa.

«Sul fronte Underwear, Beachwear e Activewear – afferma Federico Venturato – produciamo per grandi maison di Moda internazionali, tra cui Alviero Martini, Missoni, Max Mara, Jacob Cohen e Dondup. Le principali fasi del processo produttivo si svolgono in Italia, con l'ausilio di strutture selezionate in area India, Euro-Med, Cina e Bangladesh. Offriamo al cliente un servizio a 360°: merch plan, ricerca materiali, proposte grafiche e modellistiche, così da permettere al brand di concentrarsi appieno sulla parte stilistica.

La disponibilità di un parco di circa 600 modelli tra Uomo e Donna, da cui attingere per la realizzazione dei bozzetti, è un punto di forza e uno degli elementi che oggi ci caratterizzano».

Il portafoglio licenze di Area B comprende le collezioni Uomo e Donna Karl Lagerfeld Beachwear, Iceberg Beachwear e Underwear, Gas Beachwear e Underwear, cui si aggiungono dal 2021 North Sails Underwear e Aeronautica Militare Underwear Uomo (accordo di distribuzione in esclusiva) e la new entry Bikkembergs Beachwear e Underwear.

«Sulle licenze già acquisite – prosegue Venturato – il bilancio è più che positivo: siamo cresciuti molto internamente alla singola licenza, con un +300% sulla SS2020 vs SS2019 e un +40% SS2021 vs SS2020 per Karl Lagerfeld Beachwear, e con un +40% sul piano per Iceberg Beachwear, licenza che deteniamo dalla SS2021. Sulle licenze di nuova acquisizione, una prospettiva interessante riguarda Bikkembergs, il cui piano di sviluppo (oltre alle collezioni mare, Intimo Uomo, Loungewear e Socks) prevede già da quest'anno il debutto nella categoria femminile con una capsule collection Beachwear».