

LA SALA TAGLIO DIVENTA PIÙ EFFICIENTE CON IMA

Dinamicità e flessibilità sono al centro dell'azienda produttrice di macchinari e software per l'industria dell'abbigliamento e non solo

La moda è sicuramente uno dei settori d'eccellenza del nostro Paese: un processo di produzione, dalla confezione alla vendita al dettaglio, che nella maggior parte dei casi coinvolge un intreccio di imprese nazionali e internazionali.

È in questo contesto che nasce, cresce e sviluppa *IMA*, realtà italiana da anni impegnata nel proporre soluzioni innovative e complete per i propri clienti nell'ambito dell'abbigliamento e non solo. Ce ne racconta la storia e l'evoluzione la titolare, **Mirella Sardini**.

Come nasce e si evolve negli anni la realtà di *Ima*?

«L'azienda nasce nel 1977 a Torino per poi trasferirsi quasi immediatamente a Palazzo sull'Oglio, in provincia di Brescia, dove ancora oggi ha il suo headquarter. Sin da subito, affronta sfide e difficoltà associate al settore di competenza, quello dell'industria della confezione e dell'abbigliamento. Ciò ci ha condotto verso la continua innovazione strutturale e tecnica, sviluppando negli anni soluzioni tecnologiche con brevetti consolidati che ci hanno nel tempo consacrati a leader nel settore per la stesura del tessuto e, successivamente, nella soluzione completa, incluso il taglio automatico. Inizialmente, **IMA** si rivolgeva al solo mercato italiano, adesso ha assunto un carattere sempre più internazionale. Più dell'85% del nostro fatturato, infatti, risiede nell'export nei Paesi asiatici (Bangladesh, India, Pakistan, Sri Lanka, Vietnam), nelle due Americhe, in Sudafrica, Russia, Europa (Italia e Balcani). Grazie ai finanziamenti all'Industria 4.0. del Governo italiano, abbiamo, inoltre, potuto perseguire i processi di sostenibilità ambientale e di transizione tecnologica».



“ Il cliente viene seguito fino alla fine del processo e anche dopo, grazie al nostro efficiente e reattivo servizio post-vendita

Quali sono i vostri servizi di punta?

«Sicuramente tra i nostri fiori all'occhiello c'è l'ufficio ricerca e sviluppo, sempre al lavoro per individuare soluzioni all'avanguardia adatte alle esigenze dei clienti che operano in un mondo in costante evoluzione come quello della moda e dell'abbigliamento, e non solo, e ci richiedono macchine atte a risolvere problematiche specifiche e contingenti. Sempre nell'ottica di costruire delle partnership durevoli, anche con gruppi italiani e internazionali importanti, opera anche la nostra fitta rete di rivenditori e agenti nazionali ed esteri. Inoltre, i nostri prodotti sono totalmente realizzati in Italia e, a differenza dei competitor, forniamo la soluzione completa ed integrata per la sala taglio, dalla creazione del modello sino alla fornitura di macchinari di taglio automatico e di software di gestione delle macchine e dell'intera sala, con un controllo pieno e flessibile sulla qualità. Il cliente viene seguito fino alla fine del processo e anche dopo, grazie al nostro efficiente e reattivo servizio post-vendita».

Quali sono le vostre aspettative per il futuro?

«È difficile predisporre dei programmi a medio-lungo termine a causa della pandemia e della guerra in atto in Ucraina che sta influenzando sulle nostre attività. La nostra azienda, infatti, lavora con molti clienti russi. In ogni caso, vogliamo perseguire il percorso di digitalizzazione aziendale, già intrapreso prima del Covid-19, di internazionalizzazione e continuare a spingere nello sviluppo del prodotto. A dicembre 2020 abbiamo organizzato il primo evento digitale che ci ha permesso di collegarci con più di 500 realtà nel mondo per ricordare la figura di mio padre, "capitano dell'azienda" venuto a mancare a dicembre 2019, e presentare i nuovi prodotti sviluppati durante il periodo Covid, compresi accessori e devices necessari per adattare le nostre macchine a realizzare mascherine e camici, richiesti dai nostri clienti nella fase di riconversione industriale delle loro imprese durante la pandemia».



IMA ha esteso la produzione di macchinari dal settore dell'abbigliamento a quelli dell'automotive, arredamento, tessile per la casa, nautica e medicale del Made in Italy, e non solo. Questo per poter predisporre sempre e comunque soluzioni nel rispetto delle esigenze dei clienti e dei mercati.