

AMADA Italia

punta all'integrazione, al service e alla formazione

DALLA SCORSA PRIMAVERA LUCA MOIA È IL NUOVO AMMINISTRATORE DELEGATO DI AMADA ITALIA. UN AVVICENDAMENTO CHE AVVIENE IN UN MOMENTO TUTT'ALTRO CHE SEMPLICE PER IL MERCATO GLOBALE MA, AL TEMPO STESSO, SFIDANTE PER IL FUTURO E PER GLI AMBIZIOSI PROGETTI CHE IL COSTRUTTORE GIAPPONESE HA IN SERBO PER IL NOSTRO MERCATO

Luca Moia, dallo scorso aprile il nuovo Amministratore Delegato di AMADA Italia. Ha sostituito Maurizio Muzio, che ha ricoperto questo ruolo per i precedenti 11 anni

Dallo scorso aprile Luca Moia è il nuovo Amministratore Delegato di AMADA Italia, ruolo ricoperto per gli ultimi 11 anni da Maurizio Muzio. Un passaggio di testimone importante, avvenuto in un momento non certo facile per il mercato globale ma che, al tempo stesso, porta con sé ambiziosi e sfidanti progetti. Per saperne di più e per fare il punto sul presente e il futuro dell'azienda, abbiamo rivolto qualche domanda al nuovo AD.

Come ci si sente alla guida di una realtà così importante come AMADA Italia?

«Abbastanza bene direi! Sono consapevole di poter contare su un bellissimo team, con il quale ho condiviso progetti molto importanti. AMADA Italia è una realtà giovane, motivata e dinamica, formata da 133 persone, con un'età media di circa 38 anni. La determinazione e la capacità di adattarsi al cambiamento che ci contraddistinguono, sono stati aspetti fondamentali per affrontare il momento storico ed economico che stiamo attraversando. Oggi ne stiamo raccogliendo i frutti, il mercato sta ripartendo in maniera decisiva, il nostro portfolio clienti continua a crescere e a darci fiducia, riconoscendoci come un partner affidabile».

Quando hai iniziato la tua carriera professionale in AMADA immaginavi di poter arrivare a questo livello?

«Non mi sono mai svegliato al mattino con l'idea di diventare l'Amministratore Delegato di AMADA Italia. Mi sono però sempre svegliato con tanta voglia di fare, di lavorare bene, di migliorarmi e di perfezionare le mie competenze. In questi 23 anni di permanenza in AMADA, credo di essere riuscito a sfruttare tutte le opportunità di crescita con la consapevolezza di aver lavorato bene e di essermi impegnato molto per raggiungere



Il Technical Center di Pontenure (PC) è un centro d'eccellenza dove sono installate tutte le ultime tecnologie di AMADA. Aperto tutto l'anno, prevede l'organizzazione di demo ma anche corsi di formazione e prove per i clienti

degli obiettivi importanti. Oggi, essere chiamato a ricoprire a neanche 45 anni un ruolo così importante, credo rappresenti il positivo segnale di quanto ho costruito nel tempo».

Quali sono le state le persone che hanno maggiormente influenzato il tuo percorso di crescita?

«Nel mio percorso professionale sono state tre le figure determinanti. La prima è mio padre che mi ha insegnato veramente il valore e il senso del lavoro e che, con l'esempio, mi ha mostrato come l'impegno sia uno degli elementi fondamentali per raggiungere i propri obiettivi. All'amico e collega Piergiorgio Tagliaferri, devo invece la passione che, in tanti anni, mi ha sempre trasmesso per questo mondo. E poi c'è stato Maurizio Muzio, col quale ho lavorato a stretto contatto negli ultimi 11 anni, che mi ha trasmesso tanto, tra cui il valore più grande: il coraggio. Il coraggio di fare delle scelte, di prendere decisioni importanti, stimolando continuamente la mia crescita professionale, prima scegliendomi come responsabile commerciale, poi come direttore generale».

Hai assunto il nuovo incarico in un'epoca tutt'altro che "facile", in cui anche AMADA si è dovuta riorganizzare. Che cosa avete imparato da questa situazione?

«La pandemia ha indubbiamente accorciato le distanze, in tutti gli ambiti, dalla scuola all'industria, e in tutto questo la tecnologia è stata di grande aiuto. Anche il mondo della lamiera ha dovuto imparare ad utilizzare la tecnologia in modo ancora più inclusivo, segnando profondi cambiamenti. AMADA ha colto queste opportunità e queste nuove dinamiche con grandi benefici, sia nell'approccio commerciale, sia nel post-vendita. Nel primo caso due sono i grandi vantaggi: aumentare e migliorare le informazioni verso i nostri clienti e accogliere un numero di persone molto più ampio rispetto ai tradizionali incontri one-to-one.

La tecnologia sta diventando determinante anche nell'ambito del post-vendita, dove è l'assistenza tecnica a dettare la vera rivoluzione del domani. Oggi Industry 4.0 non rappresenta più un fenomeno transitorio, le aziende sono veramente molto concentrate e attratte da questo mondo. Se all'inizio gli investimenti erano spesso subordinati alla fruizione dei benefici fiscali, oggi non è più così. Oggi le aziende vogliono veramente migliorare i propri processi produttivi incrementando efficienza e flessibilità. A questo proposito ritengo fondamentale sottolineare una grande differenza tra integrazione e interfaccia. Con un'interfaccia si può arrivare fino a un certo livello di vantaggio operativo. Con l'integrazione, invece, è possibile gestire l'intero processo istante per istante.

Noi stiamo lavorando proprio in questa direzione, sull'integrazione degli impianti e dei servizi, ponendoci come interlocutore unico per macchine, automazioni, software e service. Soprattutto nell'ambito dei servizi, credo che senza dubbio ci sarà una grande rivoluzione nei prossimi anni, legata all'IoT e al remote service».

Sono pronte le nostre PMI a questo grande cambiamento? Quante hanno capito il vero vantaggio di Industria 4.0, non fiscale ma come vera rivoluzione interna?

«La percentuale è più alta di quanto si possa immaginare. Il processo è partito ormai anni fa, oggi le aziende hanno capito come l'integrazione rappresenti un grande vantaggio competitivo, e lo sa bene anche il piccolo artigiano. Il mondo della lavorazione della lamiera sta evolvendo in maniera molto rapida, la cultura sta cambiando».

E per chi fosse ancora indeciso? Cosa può fare AMADA in termini di approccio consulenziale?

«Oggi il mercato offre molto a livello di proposta tecnica, soprattutto sulla tecnologia di taglio laser fibra. Effettivamente, si possono

Essere riconosciuti dal mercato come top brand, venire identificati come una delle aziende migliori nel customer service e rappresentare una realtà attrattiva per i talenti. Sono questi gli obiettivi che AMADA si pone per il prossimo futuro



risolvere dei problemi comuni aumentando le potenze piuttosto che allargando i formati. Io credo e ribadisco però, che il vero valore aggiunto sia capire la differenza tra integrazione e interfaccia. AMADA non offre solo la macchina, AMADA propone una soluzione completa, di cui l'impianto è solo una componente. Siamo un fornitore unico per la gestione dell'intero processo produttivo, sviluppiamo software, costruiamo stampi e automazioni e offriamo un servizio post-vendita di altissimo livello. Possiamo accogliere i nostri clienti nel nostro Technical Center, un centro d'eccellenza dove sono installate tutte le nostre ultime tecnologie, aperto tutto l'anno, dove organizziamo demo ma anche corsi di formazione, dove facciamo prove per i clienti. Rivolgersi a noi significa trovare un interlocutore a cui sottoporre qualunque tipo di problema e trovarne la soluzione, "dal blanking al bending".

A fronte di un approccio sempre più digitale lungo tutta la filiera, qual è il livello di percezione del mercato? Si sente ancora la necessità delle modalità più tradizionali?

«Rispetto al passato sono indubbiamente cambiate un po' le modalità di contatto, la metodologia di approccio al cliente, l'utilizzo dei canali digitali. L'open house in presenza per noi è e rimane in assoluto il momento più importante della nostra attività commerciale. Il Technical Center di Pontenure, fiore all'occhiello della nostra azienda, è stato appositamente studiato per accogliere i clienti e soddisfare le loro esigenze produttive. È comunque innegabile come le attività digitali ed in particolare l'open house digitale, rimangano oggi comunque importanti. L'una non esclude l'altra ed entrambe oggi fanno parte del nostro metodo di lavoro».

Nella tua esperienza in AMADA hai visto cambiare le tecnologie di anno in anno, cosa ci si può aspettare per il futuro?

«Negli ultimi anni, soprattutto se parliamo di laser a fibra, stiamo assistendo ad un'evoluzione tecnologica molto rapida e spinta. È difficile prevedere oggi dove ci porterà il progresso tecnico, il

nostro centro di R&D sta lavorando incessantemente allo sviluppo e all'implementazione di nuove tecnologie, sia per quanto riguarda il bending che il blanking. Lo testimoniano alcune importanti novità che abbiamo presentato nel corso degli ultimi mesi. Prima di tutto nella piegatura, dove abbiamo introdotto la nuova HRB-ATC, una pressa piegatrice con cambio stampi in automatico; un impianto che colma quel gap tecnologico tra la nostra pressa piegatrice tradizionale e la nostra macchina col cambio stampi full optional, la HG-ATC. Estremamente efficace e con un rapporto qualità prezzo ottimo, andiamo a rendere disponibile questa accattivante proposta in un momento in cui c'è una forte richiesta di macchine con attrezzaggio automatico, in risposta a lotti di produzione sempre più bassi. Un'altra importantissima novità sulla tecnologia di taglio riguarda REGIUS-AJ, una macchina a fibra straordinaria, sia per le performance sia per la qualità di processo, a cui si aggiunge poi tutta la componente di automazione, per noi fondamentale, proprio per il concetto dell'integrazione prima espresso».

Quali sono i tuoi progetti per il futuro nel breve termine? Come sarà AMADA Italia tra 5 anni?

«Abbiamo presentato alla casa madre un piano di sviluppo a lungo termine ben delineato su cui lavorare, da oggi al 2030, con tre grandi obiettivi che AMADA Italia intende raggiungere. Il primo è quello di continuare ad essere riconosciuti dal mercato come top brand, sia come prodotto, sia dal punto di vista del servizio. Il secondo obiettivo è infatti quello di essere identificati come una delle aziende migliori nel customer service, ambito nel quale stiamo lavorando tantissimo e in cui abbiamo in serbo molte novità. Oggi non ci accontentiamo più "solamente" di soddisfare il cliente, noi andremo oltre le sue aspettative, cercando di capire esattamente quello che serve oggi, ma anche ciò che servirà nel prossimo futuro. In questa evoluzione, la tecnologia ci darà un grande aiuto e segnerà un profondo cambiamento nel nostro modo di lavorare. Il terzo obiettivo riguarda infine la capacità di essere una realtà attrattiva per i talenti. Vogliamo continuare ad essere un'azienda innovativa, giovane, con un percorso di formazione e di crescita importanti. Allo scopo stiamo studiando una sorta di AMADA Academy, sia interna per i dipendenti, che esterna per i clienti, dove poter costruire percorsi di crescita per tutte le persone che gravitano nell'universo AMADA. Credo sia l'unico modo per creare un ambiente inclusivo dove poter continuare a disegnare il futuro tecnologico nella lavorazione della lamiera».