



Piano elettropermanente MFR-A1-050 su centro di lavoro per fresatura stampi realizzato da SPD

Parliamo con **Roberto Pola**, Amministratore Delegato SPD SPA

INNOVARE PER RAGGIUNGERE NUOVI MERCATI

L'innovazione tecnologica non deve essere un punto di arrivo, ma un punto di partenza: per ottimizzare la produzione, per sperimentare più efficaci processi di lavoro, per raggiungere nuovi settori produttivi. Mai come in questo momento storico, segnato da uno stop produttivo senza precedenti, la capacità di innovare può diventare per le aziende la chiave strategica per la ripresa e per un rinnovato sviluppo del sistema industriale. Queste anche le linee guida del *business model* adottato da SPD Spa, impresa specializzata nella progettazione e produzione di soluzioni magnetiche per il bloccaggio, la movimentazione e il sollevamento di componenti meccanici, con sede a Caravaggio (BG) e, dal 2014, parte del gruppo tedesco Schunk. L'azienda opera sul mercato italiano ed estero grazie ad una filiera produttiva completa - dalla progettazione alla realizzazione del prodotto finale, fino alla gestione logistica e all'assistenza pre e post vendita - con un organico di 140 dipendenti e un fatturato che, nel 2019, ha raggiunto i 22 milioni di eu-

ro. A raccontarci come vede il mercato attuale e futuro e quali strategie caratterizzano l'attività di SPD è il suo amministratore delegato, Roberto Pola.

L'innovazione tecnologica potrà essere d'aiuto per affrontare un mercato ancora instabile e imprevedibile?

Anche in un momento difficile come quello che abbiamo vissuto nei mesi scorsi e che ancora sta segnando le attività industriali, SPD ha deciso di non fermare il proprio ufficio di Ricerca & Sviluppo, ma di continuare a investire affinché si potesse continuare a dare avvio a nuovi progetti e sviluppare nuove idee. Proprio durante il *lockdown*, infatti, il nostro team ha potuto presentare un brevetto inedito, lavorando in remoto. SPD si distingue per l'alta customizzazione dei prodotti offerti, caratteristica che consideriamo fondamentale per andare incontro alle necessità dei nostri clienti e come la prima porta d'ingresso verso nuovi mercati.

Siamo infatti convinti che dallo studio delle necessità del singolo possano derivare soluzioni utili per risolvere i problemi produttivi di una più ampia platea di utilizzatori. Per questo, tutti i nostri prodotti possono essere definiti semi-standardizzati, ovvero tecnologie speciali, ma standardizzate nel 90% delle loro funzioni. Anche in questo caso, la collaborazione del nostro team di sviluppo interno è fondamentale. Obiettivo degli ultimi mesi è stato infatti quello di realizzare prodotti ad hoc, sviluppando soluzioni personalizzate che però presentassero sempre un elemento di innovazione utile ad ottimizzare e a rendere più flessibile il processo produttivo dell'azienda a cui era destinato.

In che modo, ad esempio?

Per noi innovazione è proporre nuovi progetti in molteplici ambiti e a vari livelli - da una nuova di soluzione magnetica per il bloccaggio ad un modo più flessibile di realizzare i prodotti o di fare assistenza al cliente. Il concetto di innovazione tecnologia per SPD è molto ampio e da sempre cerchiamo di percorrerlo in tutti i suoi aspetti. Questo è possibile anche perché al nostro interno gestiamo reparti operativi in grado di coprire tutta la filiera produttiva, dalla R&D appunto, alla progettazione meccanica, elettrica e magnetica, dall'ufficio tecnico al comparto vendita, dall'area produttiva, di logistica e spedizione, fino all'assistenza tecnica e post-vendita. Questa caratteristica ci permette di spe-

rimentare servizi sempre nuovi, come il quello di "fast delivery", che ci ha permesso di proporre ai clienti prodotti a magazzino consegnabili *on demand* in tempi brevissimi. Altra area di investimento che stiamo sviluppando con successo è quella relativa al Service e, in particolare, alla riparazione e riconversione di prodotti usati. Nel periodo di emergenza economica questa è stata un'attività che ha giovato di un ulteriore sviluppo: molte aziende hanno preferito riadattare prodotti già in uso sia per contenere i costi, che per motivi ambientali. La rigenerazione e la riparazione di prodotti usati sta diventando infatti una nuova e interessante opportunità di mercato, una risorsa importante per le imprese attente ai vantaggi offerti da una produzione più sostenibile e compatibile con l'ambiente.

Verso un "green manufacturing", quindi?

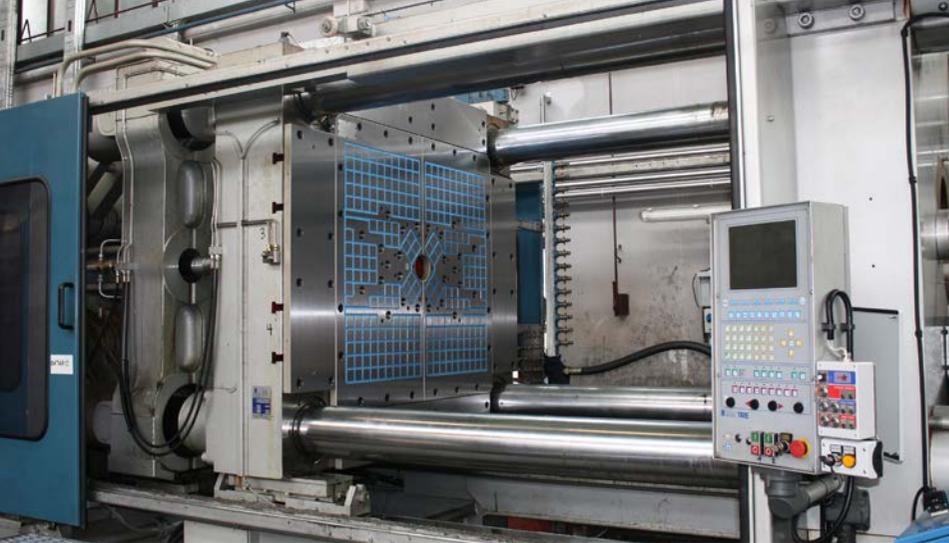
Sicuramente il tema della sostenibilità ambientale in ambito produttivo è un tema per cui si inizia ad avere maggiore sensibilità e su cui è importante investire. Ad esempio, la tecnologia proposta da SPD è altamente *green*. Il magnetismo elettropermanente è una tecnologia che permette la produzione di una forza che necessita di corrente soltanto in due momenti specifici, ovvero in quello della magnetizzazione e della demagnetizzazione. Questo significa che per chi la impiega non vi è alcuna necessità di utilizzo continuo di elettricità nel periodo di lavoro, permettendo così di ri-



"LA RELAZIONE UMANA, SOPRATTUTTO IN AMBITO COMMERCIALE, RESTA FONDAMENTALE MA È IMPORTANTE TROVARE ANCHE MEZZI NUOVI CHE CI METTANO IN GRADO DI AFFIANCARE I CLIENTI IN QUALUNQUE MOMENTO E CON QUALSIASI MODALITÀ"

Roberto Pola,
Amministratore
Delegato di SPD Spa





Sistema magnetico SYMPLI per ancoraggio su pressa a iniezione plastica

sparmiare energia e ridurre i costi. Le nostre soluzioni tecniche sono inoltre prive di parti meccaniche interne, spesso soggette ad usura, e per questo motivo contribuiscono a ridurre i costi delle aziende in fatto di manutenzione. La nostra tecnologia non è quindi solo un investimento per ottimizzare la capacità produttiva di un'impresa, ma anche un modo per cercare di essere in linea con le politiche ambientali che sempre più incideranno sul sistema industriale futuro, in Italia e a livello europeo.

Come il 4.0 e il digital manufacturing possono diventare punti di forza per le imprese?

Il passato *lockdown* ha dato avvio ad un momento di grande riflessione per le aziende e gli imprenditori, sul tema dell'Industria 4.0 e della digitalizzazione della produzione. Oggi più che mai è indispensabile capire che il 4.0 è un'opportunità di sviluppo per le imprese e non solo una possibilità di investimento in nuove tecnologie favorita da incentivi pubblici. Mettere in rete i propri dati, analizzarli, connettere i macchinari - e così via - consente a qualunque azienda di poter produrre in modo più efficiente e di non fermarsi in caso di difficoltà. Bisogna imparare ad usare tutte le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie, per questo anche SPD sta rinnovando macchinari e sistemi operativi, per poter digitalizzare al meglio la produzione e l'operatività. Questo approccio, oltre a darci la possibilità di gestire scenari di mercato imprevedibili, ci permette anche di servire meglio i nostri clienti: avere a disposizione i dati relativi ad una commessa o ad uno specifico processo di lavoro, in modo veloce e in qualunque momento, ci assicura di offrire servizi più affidabili, aiutando le imprese a far ripartire e crescere la propria produzione nel minor tempo possibile.

In quali settori gli stampisti e le imprese della meccanica generale possono aspettarsi nuovi stimoli e opportunità?

Sicuramente i riferimenti di mercato che avevamo prima del *lockdown* sono cambiati per molte aziende, e

anche per SPD. L'Automotive che prima trainava parte della nostra produzione ha accusato una battuta d'arresto, ma questo potrebbe finalmente permettere uno sviluppo più veloce e incisivo del comparto elettrico. Per far fronte alle esigenze della e-Mobility, saranno necessari nuovi componenti e quindi nuovi stampi, progettati per lavorare materiali nuovi. Anche il settore dell'Energia e delle rinnovabili è in una fase di sviluppo che potrebbe aprire nuove ed interessanti opportunità. Aspettiamo però che il sistema industriale possa iniziare a crescere nuovamente, a livello globale, per poter fare analisi di mercato più precise. Nel frattempo, bisogna essere pronti ad immergersi in nuovi settori e, per farlo, la versatilità produttiva e la capacità di proporre innovazioni di prodotto e di processo non saranno delle qualità da sottovalutare. La concorrenza in questi ambiti è enorme, avere una piccola impresa e non essere in grado di innovare oggi vuol dire morire. Devo per forza dare al mercato anche qualcosa di nuovo e di differente insieme ai miei prodotti se voglio restare competitivo. Utilizzare le nostre attrezzature, ad esempio, consente di migliorare la qualità del prodotto finito o di essere più flessibili e di ridurre tempi di produzione, ma non basta: è indispensabile che i nostri clienti sappiano innovare i propri processi produttivi, così come SPD stessa cerca di fare costantemente per poter rimanere appetibile.

Un consiglio che reputa utile?

Piuttosto, un tema da considerare importante: la comunicazione. È indispensabile che le imprese rinnovino il modo di dialogare con il proprio target. Il *lockdown* ci ha imposto nuovi modi di comunicare con i clienti, spesso a distanza, utilizzando piattaforme web e strumenti innovativi. Questi cambiamenti non potranno che influire sulle modalità con cui in futuro tratteremo con partner e aziende e sul modo in cui collaboreremo per la buona riuscita di un progetto. La relazione umana, la socializzazione, soprattutto in ambito commerciale, resta fondamentale ma è importante trovare anche mezzi nuovi che ci mettano in grado di affiancare i clienti in qualunque momento e con qualsiasi modalità, così come abbiamo fatto negli scorsi mesi in una situazione di emergenza. La pandemia ci ha permesso di sperimentare anche in quest'ambito nuove opportunità che non vanno però assolutamente abbandonate in questa nuova normalità, perché possono aiutare le aziende a crescere e rafforzarsi. ■