

Il Caso Cybertec

Udine, 2 marzo 2004

L'imprenditore

- ⇒ Nato a Trieste 27.07.53
- ⇒ Sposato, moglie insegnante
- ⇒ 2 figli
- ⇒ Famiglia origine:
 - Padre profugo tedesco, artigiano
 - Madre profuga dall'Istria
- ⇒ Interessi: volo, astronomia, vela,...

Studi:

- ⇒ Liceo scientifico
- ⇒ Ing. Elettronica indirizzo Controlli
 - Informatica
 - Computer Graphics
 - Simulazione discreta

Lavoro:

- ⇒ Nell'azienda di famiglia (liceo-università)
- ⇒ Sviluppo sw in attesa del congedo 79
 - Simulazione fluidodinamica
 - Rappresentazioni grafiche di modelli naturali
- ⇒ Resp. SI Ansaldo Monfalcone 80-90
- ⇒ Professionista nel 91
- ⇒ Fonda la Cybertec nel 92

Situazione 90

- ⇒ Completato progetto CIM in Ansaldo
- ⇒ Decidere che cosa fare:
 - Proseguire nel campo informatico
 - Manageriale
- ⇒ Come?
 - In un'azienda
 - Professionista

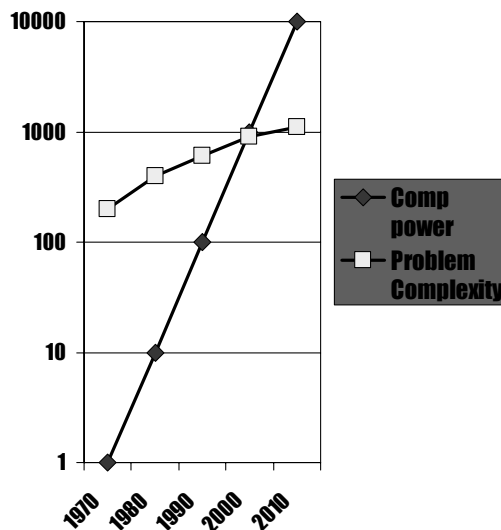
La scelta

- ⇒ Svolgere un'attività professionale
- ⇒ Ragioni:
 - Libertà
 - Possibilità di realizzare un'idea propria
 - Speranza di miglioramento economico
- ⇒ Attività: fornire software ad aziende industriali per la pianificazione e schedulazione
- ⇒ Prepararsi nel tempo libero
- ⇒ Licenziarsi e utilizzare la liquidazione come capitale con cui cominciare (e il posto fisso di mia moglie)

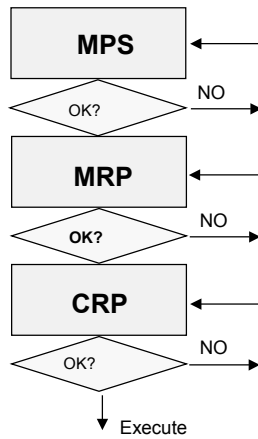
Il problema

- ⇒ Migliorare le prestazioni e ridurre gli sprechi attraverso una migliore programmazione della produzione

La visione



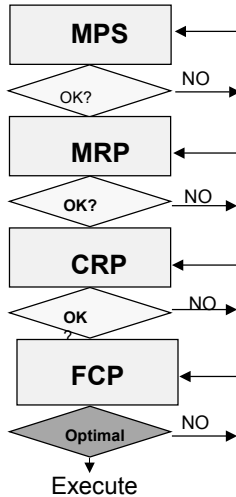
Il Closed Loop



Il Closed Loop Problemi

- Problemi tecnici
 - ▣ Tempi di calcolo
 - ▣ Tempi di analisi
 - ▣ Tempi di modifica
- Problemi metodologici
 - ▣ Mancanza della pianificazione a capacità finita

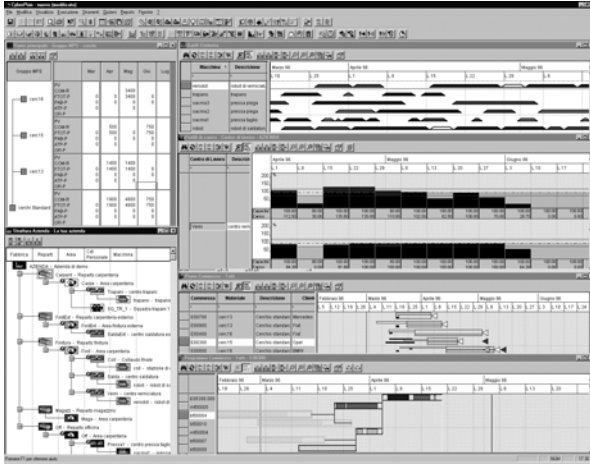
Il nuovo Closed Loop



CyberPlan 1

- Software integrato per programmare a capacità finita
- Innovazione
 - ▣ Tecnologia tecnico scientifica
 - ▣ DB in RAM
 - ▣ Algoritmo di schedulazione avanzato
 - ▣ Grafica
 - ▣ Integrazione MRP-CRP-Schedulazione

CyberPlan 2



Gli inizi

- Qualche problema:
 - ❑ Nessun cliente
 - ❑ La tecnologia che utilizzavo non era mai stata provata in pratica: DB in RAM
- Ma alla fine arriva qualche cliente:
 - ❑ Ansaldo Genova, Falck
- Inizio della crescita grazie ad prodotto straordinariamente innovativo

Nasce Cybertec

⇒ Filosofia

- Integrità
- Elite
- Innovazione
- Crescita
- Reputazione

⇒ Missione:

- Aiutare aziende industriali a performare meglio
- Un approccio ingegneristico

La crisi del 93-94

- ⇒ Dopo 20 anni di di crescita l'economia rallenta e il settore informatico crolla e con esso le aspettative di fabbriche automatiche e fallimento dell'intelligenza artificiale
- ⇒ Crisi del settore
- ⇒ Difficoltà ad acquisire ordini per oltre sei mesi

La crescita

- Dal '95 al 2000 Cybertec cresce del 40% all'anno fino a 3,7 Mil €
- Conquista prestigiosi clienti:
 - ▣ Ferrari, Fiat, Danieli, Electrolux, Glaxo, Danone, Aprilia...

La crisi di crescita

- La crescita rallenta nel 2001 4,2 Mil€
- E' successo qualche cosa, ma cosa?

Le accuse origine

- ⇒ Nel periodo di crescita il turnover è stato vicino a 0
- ⇒ Le dimensioni si erano ampliate (46) e Vi è stata l'esigenza di ruoli manageriali
- ⇒ Ma il miglior professionista (che naturalmente si aspettava e aveva il ruolo) non aveva spesso le caratteristiche per essere un buon manager!

La ristrutturazione 2002

- ⇒ Avvisaglie: difficoltà a fare lavorare assieme le persone
- ⇒ Revisione dei ruoli manageriali
 - Turnover elevato
 - Perdita di competenze
 - Riduzione del fatturato
 - 2002 3,5 M€

La nuova Cybertec

- ⇒ Due gruppi
 - ▣ Sviluppo software
 - ▣ Servizi
- ⇒ Teamworking
- ⇒ Maggior attenzione al “fattore umano”

I Successi Cybertec

- ⇒ Innovazione
- ⇒ Riconoscimenti:
 - ▣ Vendite USA
 - ▣ Accademici
 - ▣ Clienti
- ⇒ Il team

La sfida

- ▣ Come sfruttare i risultati della R&D dal momento che ciò implica un mercato internazionale?

Conclusioni

- ⇒ Costruire un'impresa non è facile
- ⇒ E' necessaria un'assoluta determinazione a superare una infinità di imprevisti
- ⇒ Con il crescere delle dimensioni le difficoltà aumentano esponenzialmente e i collaboratori dell'imprenditore sono fondamentali
- ⇒ La selezione, valutazione e lo sviluppo delle persone è prioritaria in aziende di conoscenza
- ⇒ La dimensione italiana svantaggia le aziende

Criteria

- Focalizzata su una nicchia piccola ma a valore
- Mercato ampio: nazionale, internazionale
- Puntare dall'inizio a essere No. 1 della nicchia
- Evitare prodotti semplici
- Innovazione ed elevati investimenti R&D