

Lettera agli Azionisti

Gentili Azionisti,

nella lettera dello scorso anno sottolineavo come avessimo seminato molto e fossimo confidenti di aver fatto le cose giuste per il nostro futuro. Ecco, quest'anno posso dire che abbiamo finalmente iniziato a raccogliere i frutti delle nostre azioni: il pareggio a livello di risultato operativo è stato raggiunto e questo traguardo è il primo importante passo di un nuovo percorso di sviluppo.

Sapevamo che il 2012 non sarebbe stato un anno facile: la crisi morde ancora, con meno forza ma senza preavviso. Momenti di accelerazione del business si alternano ancora a fasi di stallo. Le opportunità ci sono, ma i tempi con cui si realizzano sono difficili da prevedere: se da un lato la raccolta ordini è stata nel complesso buona, dall'altro i tempi in cui questa si è realizzata sono stati più diluiti di quanto sperassimo e questo non ci ha consentito di avvantaggiarci già nel corso dell'anno di alcuni contratti vinti.

In questo scenario d'incertezza e volatilità ci siamo concentrati sulle variabili che possiamo e sappiamo gestire: controllo dei costi, flussi di cassa, innovazione. Ci siamo impegnati a fondo per essere sicuri di ottenere il massimo negli aspetti del business maggiormente sotto il nostro controllo, con un approccio pragmatico e metodico che, visti i risultati, possiamo dire ha pagato.

Analizziamo allora i principali risultati economici e finanziari del 2012.

L'anno si è chiuso con un fatturato consolidato di 93,6 milioni di Euro, un dato che ricalca quasi perfettamente il risultato del 2011. Un anno che non ha visto crescita, quindi, ma un anno di grande trasformazione dal punto di vista della "macchina industriale", come ci piace chiamarla, cioè della struttura operativa che ha ottenuto questo risultato.

Il Primo Margine è cresciuto, arrivando di oltre due punti oltre il 50%, che è il target che ogni anno ci prefiggiamo e che ormai da tempo riusciamo a rispettare, con alcune fluttuazioni fisiologiche legate alle variazioni periodiche del mix dei prodotti venduti. In questo mi piace leggere una conferma al fatto che i Clienti riconoscono e premiano il valore aggiunto delle nostre soluzioni, anche in un mercato molto sensibile ai prezzi. Inoltre, il buon andamento del Primo Margine ci dice che le azioni intraprese sul contenimento dei costi dei materiali d'acquisto stanno dando i risultati previsti, e questo ci incoraggia a continuare nella direzione tracciata.

L'Ebitda di Gruppo è stato di 8,0 milioni di Euro, valore più che doppio rispetto al 2011 nonostante un andamento pressoché costante del fatturato. Non è ancora un risultato sufficiente per generare utili, e quindi come azionista di Eurotech non posso essere pienamente soddisfatto di questa performance, ma da Presidente e Amministratore Delegato voglio esprimere il mio apprezzamento per l'efficienza raggiunta dalla nostra macchina industriale, efficienza che non è ancora completamente visibile nei numeri e che anche nel 2013 continuerà ad aumentare. Per accelerare questo percorso, nel 2012 abbiamo complessivamente ridotto i costi operativi di 1,63 milioni di Euro, che diventano 2,54 milioni se consideriamo anche i costi non ricorrenti occorsi nel 2011. Tutto questo continuando a investire in innovazione e senza intaccare la capacità della struttura di sostenere una crescita organica del fatturato non appena le condizioni esterne lo consentiranno.

L'effetto combinato dell'incremento del primo margine e della riduzione dei costi operativi ci ha permesso nel 2012 di raggiungere il traguardo del pareggio a livello di EBIT, come ho sottolineato già in apertura di questa lettera. La macchina industriale, quindi, è sotto controllo e ben impostata per raggiungere nuovi traguardi.

E la macchina Eurotech oggi è anche più parca: il capitale circolante netto al 31 dicembre è infatti sceso, attestandosi al 25,3% del fatturato, contro il 32,1% del 2011. Tale miglioramento è stato ottenuto grazie alla riduzione dei magazzini di materie prime e semilavorati, senza fare leva sui debiti verso fornitori e quindi lasciando ulteriore margine d'azione al bisogno. Inoltre, l'indebitamento netto è sceso a 11,4 milioni di Euro, che significa meno di una volta e mezza l'Ebitda.

Per dare una chiave di lettura diversa di questi risultati operativi, vorrei cogliere l'occasione per spendere due parole sulla nostra strategia multi brand, nella quale i tre brand principali sono Eurotech, Advanet e Parvus.

Il brand Parvus è dedicato a servire il mercato della difesa e aerospaziale degli Stati Uniti. Advanet è il brand con cui ci proponiamo nel mercato giapponese a clienti OEM, tipicamente medio-grandi, andando a fornire schede e sistemi embedded per applicazioni real time e high performance. All'interno del Gruppo Eurotech, Advanet e Parvus sono brand con i quali puntiamo a massimizzare il ritorno dalla proposizione della nostra offerta embedded a settori e geografie specifiche. Advanet e Parvus sono brand focalizzati su mercati confinati e specifici e facendo leva sulla specializzazione sono in grado di ottenere margini e flussi di cassa superiori alla media di settore. Su Eurotech, invece, abbiamo investito per creare un brand unico su scala mondiale, che serva un mercato più ampio fatto da clienti di dimensioni piccole, medie e grandi, in molteplici settori verticali, con un modello di business scalabile basato quindi su prodotti facilmente configurabili o modificabili per applicazioni specifiche e su soluzioni integrate anch'esse scalabili da pochi dispositivi a centinaia di migliaia di essi. Il percorso di costruzione del brand globale Eurotech è indubbiamente più complesso, se confrontato con quello di definizione di un brand focalizzato, ma il ritorno potenziale in valore assoluto sul medio-lungo termine è più alto perché la base clienti potenziale è più larga e diversificata.

Guardando a quanto è successo nel 2012 – scorporando i costi della struttura Corporate, ovvero della holding industriale che definisce l'indirizzo strategico e coordina le unità operative – i brand Advanet, Parvus ed Eurotech hanno generato rispettivamente Ebitda per Euro 5,7 milioni, 4,8 milioni e 1,5 milioni. In altre parole, i brand focalizzati hanno fatto il loro dovere, mentre il brand Eurotech ha superato di poco la soglia di attivazione della leva operativa. Dagli investimenti fatti sul brand Eurotech, a regime, ci aspettiamo un ritorno importante e proprio una delle chiavi per la crescita della redditività del Gruppo nei prossimi anni sarà il crescente contributo di questo brand al risultato consolidato.

Veniamo ora a quello che ci aspetta per il 2013.

Lo sviluppo del fatturato sarà, come storicamente accaduto, concentrato verso la fine dell'anno. Anche se siamo entrati in questo 2013 con un portafoglio ordini più ricco di quello con cui abbiamo iniziato il 2012, sappiamo già che la traduzione in fatturato degli ordini in portafoglio avverrà gradualmente nel corso dell'anno. Ci aspettiamo quindi un primo quarto interlocutorio, con un'accelerazione a partire dalla fine del secondo quarto non appena le consegne di alcuni significativi contratti in essere faranno progressivamente sentire il loro effetto.

Per contro ci aspettiamo già dal primo trimestre di beneficiare degli effetti positivi delle azioni sui costi operativi messe in campo nella seconda metà dell'anno scorso: l'incremento dell'efficienza della struttura continuerà anche quest'anno e si tradurrà in un miglioramento dei margini in percentuale sul fatturato.

Sul fronte delle valute che interessano il nostro business, le prospettive per questo 2013 sono di uno Yen più competitivo nei confronti di Dollaro ed Euro: questo scenario dovrebbe, sul medio termine, ridare slancio ai nostri clienti in Giappone, che dipendono molto anche dall'export oltre che dal mercato interno e, di conseguenza, avere un impatto positivo anche sulla nostra controllata Advanet.

Continueranno le azioni di focalizzazione nell'allocazione delle risorse, per spingere progressivamente la struttura verso la massima efficienza operativa. In particolare, quest'anno saranno le operazioni italiane a ricevere la nostra attenzione. L'Italia è infatti l'ultimo tassello che ci manca nel puzzle dell'efficientamento della struttura operativa del Gruppo: del resto l'Italia pesa poco sul fatturato complessivo e aveva senso intervenire prima sulle unità operative che generano le quote più rilevanti del nostro fatturato, ovvero Stati Uniti e Giappone. Già sul finire del 2012 abbiamo studiato e attivato presso il plant italiano un progetto di riorganizzazione lean, supportato da un piano di cassa integrazione straordinaria, con l'obiettivo di incrementare la competitività del plant stesso e portare anche l'area italiana ai livelli di produttività delle altre unità del Gruppo.

Guardando al Gruppo nel suo complesso, nel nostro percorso verso la massima efficienza anche nel 2013 continueremo a porre grande attenzione nel preservare gli investimenti a sostegno della competitività in innovazione da un lato e in sviluppo commerciale di nuovi mercati e nuovi business dall'altro.

Per noi l'innovazione è l'esplorazione di nuove proposizioni di valore: operando in logica technology push produciamo innovazioni che, andando a risolvere problemi prima irrisolti o rispondendo in modo molto più efficace a esigenze già espresse, mirano ad aprire nuove strade, trovare nuovi clienti in settori in cui già operiamo, darci accesso a settori non precedentemente esplorati, in altre parole a dare una crescita sostenibile sul lungo termine a tutto il Gruppo.

Parlando di innovazione, abbiamo iniziato questo 2013 con un record mondiale: quello del supercalcolatore più green, ovvero il più energeticamente efficiente del mondo. Con la più alta potenza di calcolo per watt consumato mai ottenuta, pari a 3,15 GigaFlops/W, il supercomputer "Eurora" installato presso il Cineca di Bologna e basato sulla medesima architettura del nostro Aurora Tigon è risultato il migliore al mondo. Questo successo è una bella dimostrazione di cosa Eurotech sia in grado di fare e di quali traguardi i nostri ingegneri siano in grado di raggiungere.

Guardando all'applicazione delle nostre innovazioni per lo sviluppo del business, la nostra tecnologia di supercalcolo può essere declinata anche all'interno del mercato dei sistemi embedded, andando a indirizzare quella fascia alta del mercato che richiede sistemi compatti o mobili dotati di capacità di calcolo considerevole. Sempre più settori fanno o faranno uso di algoritmi di data fusion e del controllo in tempo reale di stream di dati, e in virtù di questo molti settori applicativi stanno mostrando un interesse crescente per soluzioni che vanno sotto il nome di High Performance Embedded Computing (HPEC).

Contestualmente alla riduzione dei costi, attueremo anche un ribilanciamento degli stessi sfruttando le economie nelle aree amministrazione, produzione e logistica e investendo nelle aree marketing e vendite. Spingeremo lo sviluppo dei canali indiretti, attraverso nuove partnership e nuovi accordi di distribuzione, che vadano a complementare la struttura di vendita attuale. Con la nuova tipologia di prodotti che combinano hardware e piattaforma software as-a-service, ovvero il Device-as-a-Service, abbiamo un'offerta scalabile e possiamo andare a proporci a System Integrator e a Independent Software Vendor specializzati su nicchie ad alto valore. Inoltre è nostra intenzione spingere l'acceleratore nella proposizione di questo nuovo modello di business con ricavi ricorrenti, che proponendo la soluzione del problema del cliente come servizio consente di abbattere alcune barriere di accesso e di poter indirizzare nuovi clienti che altrimenti non potremmo raggiungere.

Per finire vorrei spendere alcune parole sul futuro che si prospetta innanzi a noi.

L'Internet delle Cose si sta ormai affermando come il paradigma di trasformazione della modalità di costruzione di sistemi distribuiti e di conseguenza sta plasmando nuovi modi di concepire i processi di monitoraggio e controllo di asset distribuiti. Da un punto di vista industriale, cioè che è di nostro interesse sono le piattaforme di interconnessione di dispositivi intelligenti tra di loro e con l'infrastruttura as-a-service del Cloud. La trasformazione in utility dell'infrastruttura IT e la conseguente disponibilità on-demand e pay-per-use di capacità di calcolo e archiviazione dati è solo uno dei tre elementi chiave che servono affinché l'Internet delle Cose sperimenti una vera esplosione cambriana nel numero e nella varietà delle sue applicazioni. Il secondo elemento necessario è quello dell'infrastruttura di comunicazione e in particolare della banda larga e della connettività wireless: se nell'economia degli atomi servono autostrade, ferrovie, porti e aeroporti per abilitare la movimentazione rapida e capillare di grandi quantità di beni, nell'economia dei bit servono autostrade e porti digitali che abilitino la movimentazione rapida e capillare di grandi volumi di dati. Ma così come sono gli operatori logistici a trasformare l'utilità potenziale di autostrade e porti in realtà, è altrettanto vero che, senza una logistica dei dati, tanto il Cloud quanto la banda larga non hanno modo di esprimere il loro potenziale. Ecco quindi che il terzo elemento fondamentale per dare veramente vita allo sviluppo delle Internet delle Cose sono le piattaforme di trasporto machine-to-machine (M2M) dei dati, piattaforme che devono essere disponibili sotto forma di commodity e in modalità as-a-service.

Grazie a dispositivi smart sempre più piccoli ed efficienti, all'infrastruttura IT disponibile come utility e alle piattaforme di interconnessione M2M sta nascendo un ecosistema digitale fatto da sempre più componenti

interconnesse e dotato di sempre maggiori capacità sensoriali. In questa Internet of Things planetaria, sistemi distribuiti di dispositivi intelligenti permetteranno a ciascuno di noi di vedere amplificate percezioni e potenzialità d'azione, migliorando il nostro modo di stare al mondo: un vero e proprio esoscheletro computazionale capace di donarci una realtà aumentata. Saremo sempre più al centro delle tecnologie digitali che, a loro volta, avranno sempre più a cuore lo sviluppo della nostra dimensione umana e sociale. L'Internet delle Cose, quindi, se nel computo numerico delle "entità" coinvolte sarà fatta sempre meno dagli uomini, nei fatti sarà sempre di più al servizio dell'uomo per assicurargli un'esistenza sostenibile.

Sembra proprio che il paradigma del computer pervasivo teorizzato da Mark Weiser nei laboratori dello Xerox Park in California alla fine degli anni Ottanta stia mostrando i propri effetti sul sistema economico. Dalla teoria stiamo passando alla realtà dei fatti: siamo al punto di flesso della curva di sviluppo dell'Internet delle Cose, e il suo processo di espansione è ormai inarrestabile perché, parafrasando Victor Hugo, nessun esercito al mondo potrà fermare un'idea il cui momento è giunto.

La nostra determinazione a raggiungere quest'anno il traguardo della generazione di utili è più forte che mai e, come sempre, in questo nostro percorso contiamo sul supporto di tutti voi.

15 Marzo 2013

firmato
Roberto Siagri
Presidente e AD