



PERSONALIVE & STUDIO NEGRI

A SUPPORTO DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE





PERSONALIVE & STUDIO NEGRI PER LA CRESCITA DELL'IMPRESA



In **partnership con Studio Negri**, Personalive vanta esperienza nell'ambito di analisi, consulenza e innovazione offrendo alle aziende supporto direzionale, strategico e di affiancamento nelle principali decisioni operative e di investimento.



Personalive, fondata nel 2016 da **Andrea Boaretto** docente nel **Corso di Studi in Ingegneria della Produzione Industriale** presso il Polo Territoriale di Lecco del Politecnico di Milano nonché in corsi Master presso **POLIMI Graduate School of Management**.



Personalive appartiene al **network di PoliHub, l'incubatore di imprese del Politecnico di Milano**, il che dà la possibilità di lavorare a stretto contatto con l'innovazione.



Personalive vanta esperienza sia nell'ambito di **multinazionali** sia di **PMI** anche sul territorio lecchese.



SERVIZI DI SUPPORTO ALLE PMI

SUPPORTO ALLE DECISIONI DELL'IMPRENDITORE

Attraverso metodi di analisi **guidati dai dati**, accompagniamo l'imprenditore nelle scelte di business operative e di investimento

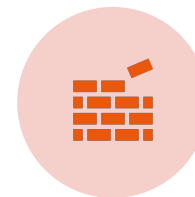
Alcuni esempi:



Analizzare i costi per determinare il costo unitario del prodotto con tecniche più affidabili per migliorare l'efficienza della produzione



Valutare decisioni di investimento come la sostituzione o l'ammodernamento di impianti



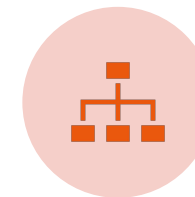
Identificare quando diviene profittevole **esternalizzare o internalizzare** alcune fasi produttive



Supportare le decisioni strategiche, come il lancio di nuovi prodotti, attraverso **analisi del potenziale mercato e della concorrenza**



Strutturare processi di budget e pianificazione finanziaria



Definire una **struttura organizzativa** efficace e coerente attraverso la riorganizzazione dei processi aziendali



II BUSINESS CASE Vero Volley



Strutturare processi di budget e pianificazione finanziaria



Struttura organizzativa

MANAGERIALIZZAZIONE DI UNA SOCIETÀ SPORTIVA

AZIENDA

Società sportiva oggi leader in termini di visione, organizzazione e innovazione manageriale con due squadre di A1, 66 squadre giovanili, 1.200 atleti, 3.600 bambini nei progetti scuola e 34 palestre gestite tra Milano e Monza.

OBIETTIVO STRATEGICO: creazione di cultura e approccio per processi, volto a trasformare la società sportiva in una vera propria azienda manageriale guidata da una molteplicità di obiettivi (business, sociali e sportivi) per ambire a risultati sportivi (Finalista Champions League maggio 2024), sociali (aumentare la base di praticanti nel territorio lombardo con evidenze misurate) e di business (ridurre il contributo della proprietà).

DESCRIZIONE: il progetto quinquennale tuttora in corso ha implementato profondi cambiamenti organizzativi in termini di:

- **MAPPATURA E FORMALIZZAZIONE PROCESSI** con cambiamento delle modalità di lavoro e coordinamento tra aree
- **NUOVO ORGANIGRAMMA** con attuazione meccanismi di delega, responsabilizzazione per obiettivi, inserimento costante di nuovi ruoli e competenze
- **INSERIMENTO KPI E CONTROLLO DI GESTIONE** con misurazioni periodiche attivazione di azioni correttive in itinere

RISULTATI

- L'utilizzo di approcci co-creativi e l'affiancamento costante on the job ha ridotto l'inerzia organizzativa al cambiamento
- La presenza costante di Andrea Boaretto in riunioni di prime linee tuttora costituisce routine di lavoro



II BUSINESS CASE PMI tessile

DEFINIZIONE DI UN PIANO INDUSTRIALE



Analizzare i costi



Esternalizzare o internalizzare
alcune fasi produttive



**Analisi del potenziale mercato e
della concorrenza**

AZIENDA

Un'azienda tessile italiana fondata nel 1952. È rinomata per la qualità e l'innovazione nella produzione di tessuti, destinati a settori come costumi da bagno, lingerie, abbigliamento sportivo e outerwear.

OBIETTIVO STRATEGICO: Ridurre la forte esposizione debitoria su un periodo temporale di 4 anni e allo stesso tempo aumentare il fatturato complessivo con particolare attenzione ai clienti medio piccoli in un'ottica di riduzione del rischio di concentrazione, essendo molto esposta su 1 cliente.

DESCRIZIONE: il progetto ha comportato due aree fondamentali di lavoro:

1. **ANALISI DEI COSTI:** Tramite il passaggio ad una logica di Activity Based Costing è stato possibile ripartire per competenza i costi industriali delle attività produttive di pertinenza di ogni articolo.
2. **PIANI DI CRESCITA:** analisi dei principali mercati potenziali per la generazione di alternative strategiche percorribili. Tali alternative sono poi state dimensionate e valutate in una matrice di priorità (i.e. GE – McKinsey).

RISULTATI:

1. L'analisi dei costi ha permesso di determinare costi unitari di prodotto più accurati e di prendere decisioni di esternalizzazione o internalizzazione che hanno consentito di aumentare EBITDA.
2. Realizzazione di un nuovo piano industriale che ha consentito all'azienda di:
 - diversificare il proprio business e ridurre il rischio di concentrazione
 - accedere a linee di credito bancarie ulteriori
 - avviare esplorazioni per operazioni di M&A.



II BUSINESS CASE PMI chimica

ANALISI CONTABILITÀ INTERNA A SUPPORTO DI DECISIONI AZIENDALI



Analizzare i costi



Valutare decisioni di investimento

AZIENDA

L'azienda è una realtà specializzata in trattamenti chimici da oltre 30 anni. Tuttavia gli ultimi anni precedenti al nostro intervento sono stati caratterizzati da un bilancio in perdita non legato solo a fattori contingenti (i.e pandemia Covid, disponibilità materie prime) ma da problemi strutturali

OBIETTIVO STRATEGICO: Implementare una gestione ottimizzata dei prezzi per garantire all'azienda risultati finanziari superiori e valutare l'investimento nell'ammodernamento degli impianti per migliorare l'efficienza operativa e la competitività.

DESCRIZIONE:

- **MODELLIZZAZIONE:** definizione di un modello di contabilità analitica per il calcolo del costo pieno industriale adottando un approccio basato sull'Activity Based Costing, attraverso l'identificazione di costi di prodotto indiretti, attività, resource drivers, costi delle attività, e activity drivers.
- **ANALISI DEL PORTAFOGLIO CLIENTI:** a seguito dell'associazione di ogni cliente alla linea di produzione, è stato possibile condurre l'analisi di Pareto e calcolare la marginalità per ogni cliente e commessa
- **VALUTAZIONE INVESTIMENTO:** definizione di tre possibili scenari in base ai possibili costi futuri e due possibili scenari relativamente alla fonte dei finanziamenti. Per ognuno di tali scenari sono stati calcolati il Net Present Value (NPV), il Payback Time e l'Internal Rate of Return (IRR) nonché l'effetto leva dovuto dal possibile finanziamento con quota parte di debito bancario.

RISULTATI:

Risanamento della situazione economica dell'azienda attraverso un nuovo processo di definizione di prezzi più accurati per ogni cliente e commessa e quindi maggiore l'analisi di redditività delle diverse linee di produzione.



II BUSINESS CASE PMI plastica



Analisi del potenziale mercato e della concorrenza

ANALISI DI MERCATO

AZIENDA

L'azienda produce un'ampia gamma di poliuretani espansi dalle differenti caratteristiche fisico-meccaniche. In particolare era interessata ad entrare in un nuovo mercato a loro completamente inesplorato.

OBIETTIVO STRATEGICO:

- conoscere meglio i bisogni del nuovo mercato di riferimento al fine di verificare la coerenza con il prodotto da sviluppare,
- identificare i possibili sotto-segmenti target
- definire un piano d'azione appropriato.

DESCRIZIONE:

1. **CLASSIFICAZIONE DEL PRODOTTO DAL PUNTO DI VISTA DEL CLIENTE:** Attraverso approcci accademici consolidati (i.e. matrice di Kraljic), è stato classificato il nuovo prodotto in base a importanza strategica e complessità del mercato di riferimento.
2. **MAPPATURA DELLA FILIERA:** identificazione delle logiche interne alla filiera tramite due pratiche.
 1. Incontro con un fornitore storico che opera da anni nel settore di interesse.
 2. Scouting di filiera.

RISULTATI:

Definizione di due possibili piani d'azione per l'ingresso nel nuovo mercato (do it yourself vs partnership) per cui sono state delineati:

- le attività suggerite per un'implementazione efficace.
- I vantaggi e gli svantaggi.



PERSONALIVE & STUDIO NEGRI

A SUPPORTO DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE



personalive

The Multichannel Touch



STUDIO NEGRI E ASSOCIATI