

ADACI **FORMANAGEMENT**

*CORSI • CONSULENZA • SERVIZI
RICONOSCIMENTO PROFESSIONALE*

2 0 1 9



**VINCI IN COMPETENZA...
...QUALIFICATI ANCHE TU**

OFFERTA 2019



Ilaria Bianco, ospite al Negotiorum Fucina Adaci

Pluricampionessa mondiale e medagliata agli europei di sciabola

SEMPRE DI PIÙ...DA PIÙ DI 20 ANNI

Affiancando le aziende e tutti coloro che si occupano di Acquisti e Supply Chain Management nelle loro esigenze di formazione, consulenza e riconoscimento professionale.

1

RICONOSCIMENTO COMPETENZA PROFESSIONALE

La professione degli Acquisti richiede conoscenze e competenze specifiche. La legge 4/2013 permette alle associazioni accreditate di rilasciare **Attestati di Qualifica Professionale**. Adaci è leader nell'attestazione dedicata ai settori degli Acquisti e del Supply Management.

Approfondimenti da pag. 4

2

FORMAZIONE

Un'ampia offerta di corsi, interaziendali in "house", per soddisfare ogni fabbisogno formativo, nell'ambito dei settori di nostra competenza. Docenti manager e formatori professionisti con background d'impresa per un sapere pratico ed attuale.

Approfondimenti da pag. 8

3

CONSULENZA

Supporto e affiancamento alle **funzioni Acquisti, Logistica e Supply Chain**, per potenziarne i risultati, affiancandole nelle scelte strategiche e supportandole nelle attività operative.

Approfondimenti da pag. 56

4

SERVIZI





Servizi integrativi all'offerta formativa e consulenziale per il finanziamento della formazione, per scoprire agevolazioni d'acquisto e per offrire una maggior visibilità sui mercati di fornitura.

Approfondimenti da pag. 61

1 RICONOSCIMENTO DELLA COMPETENZA PROFESSIONALE

MOSTRA A TUTTI IL TUO VALORE

Cogli l'opportunità di fregiarti del tuo livello di Competenza Professionale superando gli esami di attestazione Q2P di Adaci.

- 
ASSESSMENT PRELIMINARE DELLE COMPETENZE
 Sistema di valutazione per individuare i gap di competenza del singolo professionista preliminarmente agli esami di attestazione.
 Approfondimenti da pag. 6
- 
PERCORSI DI PREPARAZIONE AGLI ESAMI Q2P 
 Una ricca proposta formativa per accrescere le conoscenze e potenziare la propria competenza in preparazione degli esami di attestazione Q2P.
 Approfondimenti da pag. 6
- 
ESAMI DI ATTESTAZIONE Q2P 
 Un sistema di prove per rilevare la Competenza Professionale dei candidati. Il sistema si articola su tre livelli di competenza crescente: **L1** **L2** **L3** secondo uno standard riconosciuto dal Ministero dello Sviluppo Economico.
 Approfondimenti alle pagg. 6-7

NOVITÀ
2019

DA QUEST'ANNO È POSSIBILE ACCEDERE AGLI ESAMI DI ATTESTAZIONE PROFESSIONALE SENZA OBBLIGO DI FREQUENTARE I CORSI

L'ATTESTAZIONE Q2P ADACI

Q2P - UNA ATTESTAZIONE DI QUALIFICA DI COMPETENZA PROFESSIONALE ESCLUSIVA PER IL MONDO DEGLI ACQUISTI E DEL SUPPLY MANAGEMENT

Saper acquistare merci e servizi nel modo più adeguato è una professione che richiede conoscenze e competenze specifiche.



La legge 4/2013 "Disposizioni in materia di professioni non organizzate" stabilisce che le associazioni, in possesso dei requisiti previsti, possano rilasciare un'attestazione relativa agli standard qualitativi e di qualificazione professionale.

Nell'ambito degli Acquisti e del Supply Management, cioè del processo di integrazione fra committenza e fornitori per massimizzare efficienza, innovazione e competitività della filiera produttiva, **Adaci ha ottenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico il riconoscimento come Associazione dotata dei requisiti per qualificare l'attività dei soggetti che esercitano questa professione.**

Oggi, cinque anni dopo l'approvazione della legge 4/2013, e dopo aver qualificato centinaia di buyer, di category manager e di responsabili, **Adaci presenta un rinnovato iter di qualifica**, reso possibile dalla messa a punto di una fase di esame resa più articolata e più approfondita, allo scopo di permettere una valutazione più accurata e puntuale delle competenze dei candidati.

Dal 1° gennaio 2019 ai candidati alle sessioni di esame Q2P L1, L2 e L3, oltre alla verifica del ruolo di professionista attivo negli acquisti e nel supply management, non è richiesta né la frequenza di giornate formative, né il possesso di alcun titolo di studio.

Il singolo avrà pertanto l'opportunità di candidarsi per vedere attestate le competenze delle quali già è in possesso. Questa procedura permetterà inoltre alle aziende di accertare il grado di congruenza fra la professionalità di ogni singola risorsa e le best practice caratteristiche del ruolo ricoperto.

Adaci Formanagement continuerà ad offrire percorsi formativi a sviluppo della professionalità ma ci sarà ora anche la possibilità di candidarsi per vedere attestate le competenze delle quali si è già in possesso. Le aziende avranno inoltre modo di conoscere il grado di congruenza fra la professionalità di ogni singola risorsa e le best practice caratteristiche del ruolo da essa ricoperto.

Per coloro i quali stiano partecipando a percorsi formativi relativi al vecchio ordinamento dell'iter di qualifica la Segreteria è a disposizione per ogni informazione in merito alle diverse opportunità di integrazione con il nuovo regolamento.

Per ogni informazione sul nuovo regolamento di attestazione di qualifica Adaci e, in particolare, per ricevere notizie sulle modalità di esame, sulla possibilità di assessment pre-esame e sull'eventuale supporto formativo preghiamo gli interessati di rivolgersi:

Segreteria Corsi: Tel. 02 40090362 (ext.3) / 02 40072474 (ext.3) - email: qualificazione@adaci.it



ESTRATTO DI REGOLAMENTO

Il sistema di Attestazione Q2P Adaci prevede il riconoscimento di 3 livelli professionali crescenti: **L1** **L2** **L3**
All'iter di qualifica Q2P Adaci possono accedere sia Soci Adaci sia Non Soci. L'attestato Q2P può essere rilasciato solo a professionisti operanti in ambito Acquisti e/o Supply Management, nel rispetto della legge 4/2013. Per chi non lo fosse, il superamento dell'iter prevede il rilascio di un attestato di superamento della Sessione d'Esame secondo quanto previsto dal Quadro Europeo delle Qualifiche EQF.

L1 BUYER

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo

Si suggerisce di possedere almeno una delle seguenti condizioni:

- 2 anni di esperienza maturata nella funzione Acquisti
- Frequenza del al Corso Base Acquisti Adaci (nella versione standard o in quella compatta erogata in collaborazione con Università)

Condizioni di conseguimento della Qualifica L1

- Partecipazione alla sessione plenaria con tavola rotonda su alcune tematiche di maggior rilievo della professione
- Superamento del test di verifica

L3 ESPERTO DI ACQUISTI E SUPPLY MANAGEMENT

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo

Si suggerisce di possedere almeno una delle seguenti condizioni:

- 3 anni di esperienza maturata come Senior Buyer o Manager nella funzione Acquisti e completamento di entrambi i moduli del "Q2P assessment"
- Partecipazione ad un Percorso Adaci di preparazione alle prove Q2P di livello L3 aventi piano di studi standard oppure elaborato ad hoc sulle esigenze specifiche del professionista

Condizioni di conseguimento della Qualifica L3

- Superamento del test di verifica
- Preparazione di tesi scritta su un tema condiviso con la commissione di qualificazione relativo a progetti di particolare rilievo gestiti in azienda
- Partecipazione alla Sessione Plenaria di presentazione delle tesi
- Discussione della tesi e sua positiva valutazione da parte della commissione di qualificazione

L2 BUYER SENIOR

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo

Si suggerisce di possedere almeno una delle seguenti condizioni:

- 3 anni di esperienza maturata nella funzione Acquisti e completamento di entrambi i moduli del "Q2P assessment"
- Partecipazione ad un Percorso Adaci di preparazione alle prove Q2P di livello L2 aventi piano di studi standard oppure elaborato ad hoc sulle esigenze specifiche del professionista

Condizioni di conseguimento della Qualifica L2

- Superamento del test di verifica
- Preparazione di tesi scritta su un tema condiviso con la commissione di qualificazione relativo a progetti di particolare rilievo gestiti in azienda
- Partecipazione alla Sessione Plenaria di presentazione delle tesi
- Discussione della tesi e sua positiva valutazione da parte della commissione di qualificazione.

Q2P ASSESSMENT

Adaci Formanagement mette a disposizione uno strumento di Assessment individuale delle conoscenze, abilità e competenze finalizzato ad individuare eventuali gap da colmare prima di sottoporsi alle prove di qualificazione e ad evidenziare aree di possibile miglioramento ai fini del proprio sviluppo professionale

Lo strumento prevede 2 fasi:



Test preliminare: Questionario con domande a risposta chiusa erogato on line, per consentire una prima valutazione del proprio livello di preparazione



Colloquio individuale con un "Esaminatore Adaci" per la valutazione del CV, l'approfondimento della valutazione di conoscenze, abilità e competenze e l'individuazione di eventuali azioni suggerite al professionista

Il regolamento completo è scaricabile dal sito www.adaci.it

Il registro dei professionisti con l'Attestazione Q2P è pubblico e visibile sul nostro sito

2 FORMAZIONE



PROGETTIAMO SUI VOSTRI OBIETTIVI

Le esigenze formative dei professionisti e delle aziende cambiano nel tempo. In questo catalogo troverete un'ampia gamma di corsi ma se siete alla ricerca di qualcosa di più specifico, contattateci: elaboreremo una proposta per voi.

● FORMAZIONE INTERAZIENDALE

Una proposta completa di programmi per ogni livello di conoscenza ed esperienza, con edizioni pianificate durante l'anno in numerose sedi italiane e online. Offriamo corsi focalizzati su temi specifici e percorsi trasversali alle varie aree tematiche.

Approfondimenti da pag. 10

● FORMAZIONE «IN HOUSE» DEDICATA...PER LA VOSTRA AZIENDA

Sull'intero spettro dei temi e degli argomenti in ambito Acquisti, Logistica e Supply Chain, progettiamo itinerari formativi personalizzati sulle vostre specifiche esigenze.

Approfondimenti da pag. 54

 **TUTTI I NOSTRI CORSI E PERCORSI INTERAZIENDALI
SONO EROGABILI ANCHE IN AZIENDA**

Date e contenuti dei corsi possono essere soggetti a parziali cambiamenti

LIVELLO DI ATTESTAZIONE	CORSI PER AREA TEMATICA	DURATA	PAG.	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
PERCORSI TRASVERSALI														
L1	CBA CORSO BASE ACQUISTI	4gg	pag. 14							Per calendario vedere pag. 15				
L3	NRA PERCORSO PER RESPONSABILE ACQUISTI	5gg	pag. 16				4-5 MI	16-17 MI	13 MI			17-18 FI	14-15 FI	18 FI
L2 - NEW	CRM CORSO PER RESPONSABILE DI MAGAZZINO	3gg	pag. 18			6-19-20 MI						9-10-24 MI		
L3 - NEW	ALG PERCORSO ACQUISTI E LOGISTICA GLOBALI	3gg	pag. 20					22-23 MI	3 MI				6-7-29 MI	
L3	LPT LIQUID PROCUREMENT TRAINING	4 o 6gg	pag. 22				19 LU	17 PC	7 MI	5	20 VI	29 MI		
NUOVI TREND														
L2 - NEW	001 RESPONSABILITA', TRASPARENZA E SOSTENIBILITA' NEL MONDO DEGLI ACQUISTI	1gg	pag. 24			21 RM				4 MI				
L2	002 L'IMPATTO DEL GDPR SULLA FORNITURA DI SERVIZI	1gg	pag. 24		1 PD						26 MI			
L3	003 STRUMENTI INFORMATICI A SUPPORTO DEGLI ACQUISTI: ORIENTARSI NELLA SCELTA	1gg	pag. 25				11 MI					8 MI		
L3	004 INDUSTRY 4.0 E SUPPLY CHAIN DIGITALI	1gg	pag. 25					13 MI						
1. I PILASTRI DELLA GESTIONE ACQUISTI														
L2	101 ACQUISTI EFFICACI	1gg	pag. 26				8 MI				16 MI			
L2	102 MODALITA' OPERATIVE PER LO SCOUTING	1gg	pag. 26			11 MI			4 RM		19 MI			
L2	103 IL PARCO FORNITORI	1gg	pag. 27				7 PI	27 MI			12 BO			10 MI
L2	104 COME PREPARARSI AD UNA TRATTATIVA D'ACQUISTO	1gg	pag. 27	28 MI								28 MI		
2. GESTIONE ACQUISTI AVANZATA														
L2	201 PROGETTAZIONE E GESTIONE DELL'ALBO FORNITORI	2gg	pag. 28		7-8 MI							1-2 MI		
L2	202 LA VISITA AI FORNITORI	1gg	pag. 29				15 MI				30 MI			
L2	203 QUALITA' NEGLI ACQUISTI	1gg	pag. 29	29 MI		26 PD					30 TO			
L3 - NEW	204 LA CREAZIONE DEL VANTAGGIO COMPETITIVO NEL RINNOVAMENTO DELLA RETE DI FORNITURA	3gg	pag. 30		22 MI	7-8 MI						11-18-25 MI		
L3 - NEW	205 SHOULD COST ANALYSIS	1gg	pag. 31				16 MI						28 MI	
L3	206 ANALISI DEL VALORE	1gg	pag. 31			1 MI								11 MI
L2	207 KPI E REPORTING DELLA FUNZIONE ACQUISTI	1gg	pag. 32			25 MI		8 PD		9 MI				
L3	208 KEY RISK INDICATOR	2gg	pag. 32				1-2 BO					22-23 MI		
L3 - NEW	209 OFFICE PER LA FUNZIONE ACQUISTI E LA LOGISTICA	1gg	pag. 33		6 MI					8 MI				
L2	210 IL CALCOLO DEL COSTO TOTALE DI FORNITURA	1gg	pag. 33		11 BO			31 PD				7 MI		
3. CATEGORY MANAGEMENT E ACQUISTI DI SETTORE														
L2	301 GUIDA ALL'ACQUISTO DEGLI INDIRECTI (WEBINAR)	3h	pag. 34		22						20			
L2	302 LEASE OR BUY (WEBINAR)	3h	pag. 34			29							16	
L2	303 LABORATORIO DI GARA PER L'APPALTO DI UN SERVIZIO	1gg	pag. 35			18 MI						30 MI		
L3	304 FLEET MANAGEMENT	1gg	pag. 35			5 TO	11 PI				23 MI			
L3	305 ACQUISTI IT	1gg	pag. 36			5 MI							4 MI	

Tutti i corsi presenti sul nostro catalogo sono finanziabili con i fondi interprofessionali. Chiedici come.

IL CORSO PREVEDE UNA SESSIONE DI FOLLOW UP POST AULA DELLA DURATA DI 1 ORA, PIANIFICATA A DISTANZA DI QUALCHE SETTIMANA DAL CORSO IN AULA

CORSO WEBINAR ON LINE

IL CORSO PREVEDE UNA TESTIMONIANZA ESTERNA DI APPROFONDIMENTO



Ad ogni corso di questo catalogo è attribuito un livello **L1** **L2** **L3** che fornisce un'indicazione sui percorsi di preparazione agli esami di Attestazione Q2P Adaci (si vedano pagg. 6 e 7). Salvo dove diversamente indicato nella scheda del corso, **è possibile iscriversi a corsi di qualsiasi livello**

Date e contenuti dei corsi possono essere soggetti a parziali cambiamenti

LIVELLO DI ATTESTAZIONE	CORSI PER AREA TEMATICA	DURATA	PAG.	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
3. CATEGORY MANAGEMENT E ACQUISTI DI SETTORE (continuazione)														
▶ L2	306 ACQUISTI DI LAVORAZIONI MECCANICHE	3gg	pag. 36			4-7-8 BO					16-19-20 BO			
▶ L2	307 ACQUISTI DI LAVORAZIONI PLASTICHE 1	2gg	pag. 37					20-21 MI						
▶ L3 - NEW	308 ACQUISTI DI LAVORAZIONI PLASTICHE 2	1gg	pag. 38						26 PD				11MI	
▶ L2	309 IL MERCATO DELL'ENERGIA: POLITICHE E TECNICHE DI ACQUISTO	1gg	pag. 38			28 MI						11 NA		
▶ L2 - NEW	310 LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI PUBBLICI NEGLI ENTI LOCALI	2gg	pag. 38		21-22 RM								21-22 MI	
▶ L3 - NEW	311 LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI PUBBLICI NELLE SOCIETA' PUBBLICHE E PARTECIPATE	3gg	pag. 39					8-30-31 MI			11-26-27 RM			
4. LOGISTICA														
▶ L2	401 ACQUISTI DI TRASPORTI	2gg	pag. 40			12-13 MI							12-13 BO	
▶ L2 - NEW	402 ASPETTI LEGALI DELL'AUTOTRASPORTO IN EUROPA	1gg	pag. 41	23 PD		13 MI								
▶ L2	403 LA GESTIONE DEI TRASPORTI E DELLE SPEDIZIONI INTERNAZIONALI DELLE MERCI	1gg	pag. 41		18 MI					10 PD				
▶ L3	404 GUIDA AI PRINCIPALI DOCUMENTI DEGLI ACQUISTI INTERNAZIONALI	1gg	pag. 42				17 MI				25 PD			
▶ L3	405 GLI ASPETTI DOGANALI E FISCALI NEL COMMERCIO ESTERO	1gg	pag. 42			14 MI						29 PD		
▶ L3 - NEW	406 OUTSOURCING DI MAGAZZINO	4h	pag. 43	31 MI								21 MI		
▶ L2	407 KPI E MONITORAGGIO DELLA FUNZIONE LOGISTICA	1gg	pag. 43		28 MI								25 MI	
▶ L3	408 GESTIONE SCORTE 1	2gg	pag. 44				9-10 MI						14-15 MI	
▶ L3	409 GESTIONE SCORTE 2 (WEBINAR)	3h	pag. 44					3					28	
▶ L3	410 JIT E KANBAN (WEBINAR)	3h	pag. 44		5				12					
5. NEGOZIAZIONE E GESTIONE DELLE RELAZIONI (anche in inglese)														
▶ L3	501 CORSO AVANZATO DI PREPARAZIONE ALLA TRATTATIVA	1gg	pag. 45						14 MI					13 MI
▶ L2	502 NEGOZIAZIONE 1: LA TRATTATIVA D'ACQUISTO	2gg	pag. 46	24-25 MI						1-2 MI				
▶ L2	503 NEGOZIAZIONE 2: TECNICHE E PSICOLOGIA D'ACQUISTO	2gg	pag. 46					6-7 MI						2-3 MI
▶ L3 - NEW	504 NEGOZIAZIONE 3: POTENZIARE LA PROPRIA EFFICACIA	2gg	pag. 47		1-15 MI		5-12 RM						22-29 TO	
▶ L2	505 NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE	2gg	pag. 48			22-29 MI					13-20 MI			
▶ L3	506 NEGOZIARE IN LINGUA INGLESE	2gg	pag. 48					23-24 FI				14-15 MI		
6. ECONOMIA E FINANZA NEGLI ACQUISTI														
▶ L2 - NEW	601 ANALISI DEL BILANCIO DEI FORNITORI	2gg	pag. 49		4-5 MI						11-12 MI			
▶ L3 - NEW	602 ANALISI DI UN MERCATO DI FORNITURA	4h	pag. 49		21 MI								5 MI	
7. ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI E CONTRATTUALISTICA														
▶ L2	701 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI	1gg	pag. 50		5 RM-25 MI				6 BO			16 MI		
▶ L3 - NEW	702 IL CONTRATTO PER L'APPALTO DEI SERVIZI	1gg	pag. 51	30 MI						3 MI			13 RM	
▶ L3	703 IL CONTRATTO DI SUBFORNITURA	1gg	pag. 51		14 MI			21 TO					18 BO	
▶ L3 - NEW	704 LA REGOLAMENTAZIONE DEI RAPPORTI DI PARTNERSHIP	1gg	pag. 52		8 TO			10 MI				4 MI		
▶ L3	705 CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE	1gg	pag. 52				12 MI					17 MI		
MASTER E PERCORSI EXECUTIVE														
▶ L3	MIP PERCORSO EXECUTIVE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (MIP)		pag. 53											MI inizio percorso
▶	TOR MASTER IN PROCUREMENT MANAGEMENT APPROVVIGIONAMENTI E APPALTI TORVERGATA		pag. 53	RM										



IL CORSO PREVEDE UNA SESSIONE DI FOLLOW UP POST AULA DELLA DURATA DI 1 ORA, PIANIFICATA A DISTANZA DI QUALCHE SETTIMANA DAL CORSO IN AULA



CORSO WEBINAR ON LINE



IL CORSO PREVEDE UNA TESTIMONIANZA ESTERNA DI APPROFONDIMENTO



Ad ogni corso di questo catalogo è attribuito un livello **L1** **L2** **L3** che fornisce un'indicazione sui percorsi di preparazione agli esami di Attestazione Q2P Adaci (si vedano pagg. 6 e 7). Salvo dove diversamente indicato nella scheda del corso, **è possibile iscriversi a corsi di qualsiasi livello**



Percorso formativo alla scoperta della Professione del Buyer

L1

Acquistare oggi significa molto di più che soddisfare le esigenze degli enti richiedenti. Infatti il “fai da te” non è più sufficiente. Spendere bene i soldi dell’azienda implica la conoscenza della mission aziendale e dei diversi modelli di business, l’oculata gestione dei processi e l’attenta analisi dei mercati di fornitura. Il Corso Base Acquisti offre una rassegna sintetica ed efficace di queste conoscenze e degli strumenti da utilizzare per gestire in modo professionale i processi d’acquisto nelle aziende sia industriali, sia del terziario.

Destinatari del Corso: Il Corso Base Acquisti di Adaci con la sua storia pluridecennale vanta la formazione di migliaia di nuovi buyer e costituisce un momento di verifica ed aggiornamento per gli addetti di maggior esperienza che hanno l’opportunità di confrontarsi con i nostri docenti sulle tematiche chiave trattate nel percorso.

Obiettivi: Il percorso formativo fornisce un quadro sintetico e concreto delle competenze e degli obiettivi della funzione acquisti e presenta le metodologie utilizzate per la loro realizzazione. Esso evidenzia altresì la trasversalità dei processi d’acquisto e la necessità di un costante dialogo con l’ente richiedente al fine di minimizzare costi e tempi operativi. I temi proposti spaziano dalle nozioni fondamentali della gestione acquisti, come le basi dell’economia, della negoziazione e della gestione materiali, fino ai più moderni strumenti IT a supporto delle attività d’acquisto, senza dimenticare temi fondamentali come gli aspetti legali e l’assicurazione qualità per una gestione professionale del proprio ruolo.

Metodologia: Didattica e contenuti di ciascun modulo delle giornate di studio assicureranno la trasferibilità dei concetti esposti in aula, anche attraverso il ricorso ad esemplificazioni e ad un costante dialogo coi docenti. **Il nuovo programma è stato aggiornato per rispondere alle nuove esigenze delle aziende con lo scopo principale di affrontare le criticità operative delle attività dei buyer.** È stata introdotta la metodologia della presentazione e della discussione di un caso aziendale che consentirà ai partecipanti di ritrovare e sperimentare nella pratica i temi trattati nei vari moduli.

Corpo Docente: Manager esperti degli acquisti e Consulenti d’impresa che hanno sperimentato sul campo i processi e i modelli di business esposti in aula.

MODULO 1 ACQUISTI E SUPPLY MANAGEMENT

- Comprare oggi: spendere bene i soldi dell’azienda
- Evoluzione della funzione:
 - dall’ordinificio al category management
 - dalla transazione commerciale all’integrazione collaborativa
- Le macrovariabili del processo d’acquisto e il loro collegamento
- Competenze dirette e competenze condivise con altre funzioni
- Illustrazione caratteristiche materiali diretti/indiretti, beni/servizi
- Il processo d’acquisto standard e la sua trasversalità:
 - fasi del processo a valore aggiunto
 - integrazione con l’ente richiedente e con i fornitori primari
- La Matrice di Kraljic per la classificazione degli acquisti
- Introduzione di un caso aziendale sul quale mettere in pratica i concetti appresi:
 - descrizione del contesto nel quale opera l’azienda
 - esercitazione di predisposizione Matrice di Kraljic
 - esame delle caratteristiche delle varie categorie e delle specificità del processo d’acquisto
- Politiche d’acquisto correlate alla criticità del bene e alla complessità del mercato dell’offerta.

L’A, B, C DELL’ECONOMIA E DELLA FINANZA PER IL COMPRATORE

- La struttura e le caratteristiche di base dei mercati di fornitura
- Economie di mercato ed economie emergenti: vantaggi, rischi e controindicazioni
- I concetti di valore, prezzo e costo
- Il budget d’impresa e il budget acquisti come linee guida per gli obiettivi della funzione.

MODULO 2 MARKETING D’ACQUISTO

- Il marketing d’acquisto: cos’è, a cosa serve e quando si applica
- L’interfunzionalità del marketing d’acquisto
- Strutturazione del processo di marketing
- Il marketing d’acquisto e lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi
- Marketing d’acquisto e matrice di Kraljic.

VALUTARE I FORNITORI E LE FORNITURE

- Evoluzione della gestione dell’Albo Fornitori e del Rating Fornitore:
 - dalla valutazione ai fini ISO, alla valutazione globale del fornitore e delle forniture
 - la valutazione globale del fornitore: tecnica, qualitativa ed economico/finanziaria
- Esercitazione di preparazione alla trattativa:
 - esame del grado di dipendenza dal/del fornitore
 - esame della sua solidità finanziaria
 - predisposizione richieste

MODULO 3 I FONDAMENTALI DELLA NEGOZIAZIONE

- Introduzione alla negoziazione
- Correlazione tra negoziazione e processo d’acquisto
- Leverage committenza fornitore visto attraverso la matrice di Kraljic
- Preparazione della negoziazione: tra strategia e tattica
- Affinamento delle strategie e tattiche negoziali
- Messa a punto della griglia negoziale e della trattativa
- Negoziazione antagonistica e collaborativa (win-lose e win-win negotiation).

INFORMATION TECHNOLOGY E GESTIONE DEGLI ACQUISTI

- ICT come supporto e cultura di base dell’azienda
- Il sistema informativo aziendale
- I sistemi ERP
- e-procurement
- e-sourcing e aste elettroniche

MODULO 4 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI

- Contratto ed elementi essenziali del contratto:
 - autonomia contrattuale, forma e responsabilità precontrattuale
 - proposta e accettazione: come si forma il contratto
- I tipi di contratto più utilizzati in azienda (compravendita, appalto, trasporto...): loro caratteristiche salienti
- Documenti contrattuali (ordini chiusi, ordini aperti, contratti quadro...): caratteristiche e campi di utilizzo
- Le condizioni generali di acquisto e le condizioni speciali
- Passaggio di proprietà e trasferimento dei rischi

GESTIONE MATERIALI E LOGISTICA

- Punti di contatto fra attività di acquisto e logistica
- I magazzini come luogo di spedizione e di ricezione delle merci: comprenderli per migliorare l’attività d’acquisto (tipologie, attività e costi)
- Cenni sulle principali modalità di trasporto:
 - tipologie di operatori
 - documenti di trasporto e modalità di resa nazionali ed internazionali (Incoterms 2010)
- Gli imballaggi
- Origine del Fabbisogno (distinte base, MRP, RDA), lotti di acquisto e rotazione delle scorte
- Il ciclo documentale degli Acquisti e i passaggi di informazioni fra le varie funzioni coinvolte nel processo d’acquisto

Durata: 4 giornate

Per coloro che frequentano il Corso Base Acquisti e intendono conseguire l’attestazione Q2P Adaci di Livello L1 la tariffa include il prezzo della partecipazione alla sessione plenaria di esame. Per accedere a questa agevolazione l’esame deve essere sostenuto entro un anno dal termine del Corso Base Acquisti.



LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO			
BARI	2,3,9,10 Aprile		
BOLOGNA	7,8,14,15 Maggio	22,23,29,30 Ottobre	
MILANO	12,13,19,20 Febbraio	28,29 Maggio e 4,5 Giugno	17,18,24,25 Settembre 19,20,26,27 Novembre
PADOVA	28 Febbraio e 1,7,8 Marzo	14,15,21,22 Novembre	
ROMA	22,23,29,30 Maggio		
SAN MINIATO (PI)	12,13,19,20 Marzo		
TORINO	2,3,9,10 Aprile	8,9,15,16 Ottobre	



5 giorni di full immersion di strategia e strumenti operativi

L3

Questo percorso formativo nasce con l'obiettivo di supportare i Responsabili Acquisti di nuova nomina nella fase di assunzione del nuovo ruolo.

I contenuti si sviluppano lungo 2 direttrici:

- la prima riguarda le competenze legate al fatto di essere "responsabili" di una funzione e approfondisce principalmente competenze di tipo organizzativo e strategico
- la seconda riguarda invece le competenze tecniche specifiche della gestione degli acquisti e si concentra sui principali strumenti a disposizione per ridurre i costi ed aumentare il valore aggiunto della funzione.

Questo percorso formativo è adatto a chi:

- è cresciuto all'interno degli acquisti e ha bisogno di consolidare le tecniche per l'ottimizzazione organizzativa e gestionale
- proviene da un'altra area aziendale e ha bisogno di una panoramica sugli strumenti necessari per una moderna e profittevole gestione degli Acquisti.

LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO

LUOGO DI SVOLGIMENTO	MODULO 1-2	MODULO 3-4	MODULO 5
MILANO	4-5 APRILE	16-17 MAGGIO	13 GIUGNO
FIRENZE	17-18 OTTOBRE	14-15 NOVEMBRE	18 DICEMBRE

Per iscrizioni pervenute entro il 30/5 la quota di iscrizione comprende l'ingresso al *Negotiorum Fucina* del 21 e 22 giugno (dettagli da pag. 64)

MODULO 1 LA FUNZIONE ACQUISTI

- Evoluzione della funzione: dagli Acquisti al Supply Management e da centro di costo a centro di profitto
- Fasi del processo di acquisto e relativo valore aggiunto
- Relazioni con altre funzioni.

COSA SIGNIFICA ESSERE RESPONSABILI DI FUNZIONE

- Responsabilità multidimensionale: obiettivi, risorse e tempi
 - obiettivi: interni, interfunzionali e interaziendali focalizzati alla creazione di vantaggi competitivi
 - risorse: definizione ruoli, competenze ed organizzazione
 - tempi: utilizzo delle tecniche di Project Management
- Fasi di "insediamento" nella funzione
- Cultura Aziendale: "Open Mind" e non solo focus sulla funzione, diffusione della cultura a tutta la struttura.

STRATEGIE D'ACQUISTO

- L'Impresa: vision, mission e piano strategico
- Piano strategico degli Acquisti
- Processo di definizione della strategia aziendale (catena del valore, analisi concorrenza, PEST, SWOT analisi...)
- Distinzione fra scelte strategiche, tattiche e operative
- Condivisione delle scelte.

MODULO 2 STRUMENTI PER AUMENTARE IL VALORE AGGIUNTO DELLA FUNZIONE

- Tecniche di gestione acquisti:
 - analisi TCO
 - matrice di Kraljic e Category Management
 - strategie d'acquisto e relazioni coi fornitori
 - passi per definire la strategia d'acquisto di una categoria merceologica
- Esercitazione: impostazione del piano acquisti relativo all'azienda di ciascun partecipante
- Panoramica degli strumenti IT a supporto dei processi gestionali (ERP, portali, piattaforme per aste on line...)
- Cenni di Risk Management

MODULO 3 ESAME E DISCUSSIONE DI UN PIANO ACQUISTI ELABORATO DA UN PARTECIPANTE

STRUMENTI PER LA PREPARAZIONE DELLE TRATTATIVE

- Processo negoziale
- Raccolta informazioni
- Esame punti di forza compratore/venditore
- Definizione obiettivi e spazi di manovra
- Rapporti di forza e gestione fornitore dominante
- Buying Center e Centralità del Purchasing Manager
- Principi di comunicazione interpersonale
- Alcune tattiche negoziali.

GESTIONE RELAZIONI AZIENDALI

- Relazione con Top Management:
 - condividere obiettivi
 - aumentare credibilità Direzione Acquisti
 - ottenere commitment
- Relazione con Clienti Interni:
 - informarli su attività, criticità, opportunità, mercati
 - coinvolgerli su obiettivi comuni del processo d'acquisto/piano acquisti
- soddisfare le esigenze
- gestire rapporti cross-function/company
- Relazione con Collaboratori:
 - sviluppare la professionalità dei Buyer
 - motivare lo staff
 - responsabilizzare su obiettivi e risultati
 - delegare

MODULO 4 MONITORAGGIO DELLA FUNZIONE

- Budget Acquisti
 - modalità di redazione del budget di funzione
 - come/dove cercare informazioni necessarie
- Sistemi di monitoraggio della funzione
 - Esercitazione: predisposizione cruscotto KPI della funzione
- La qualifica dei fornitori:
 - perché farla e come differenziarla per tipologia di fornitura
 - gestione del parco fornitori
- La compliance aziendale alla luce del decreto 231.

GESTIONE CONTRATTUALE DELLE CRITICITÀ DI FORNITURA

- Sintesi principali fattispecie e tipologie contrattuali
- Definizioni specifiche contrattuali
- Le condizioni generali d'acquisto
- Contratti di servizi
- Esercitazione su service level agreement.

MODULO 5 SINTESI DEL PERCORSO

- Esame e discussione degli elaborati dei partecipanti
- Analisi e discussione collegiale di tematiche proposte dai partecipanti finalizzate ad approfondire modalità e dubbi applicativi di quanto esposto in aula nei moduli precedenti.

PRE-REQUISITI

Per una proficua comprensione del modulo "Gestione contrattuale delle criticità di fornitura" è opportuna una conoscenza dei fondamenti della contrattualistica aziendale. Per chi ne fosse digiuno si suggerisce la precedente frequentazione del corso "Aspetti legali degli Acquisti".

ESERCITAZIONI

Il percorso ha carattere applicativo e prevede varie esercitazioni inerenti i temi proposti. Alcune verranno svolte in aula e altre saranno sviluppate come "home-work". Ai partecipanti è richiesto, se possibile, di presentarsi in aula dotati di PC.

STRUTTURAZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO: 5 moduli di una giornata cadauno

Dopo i primi due moduli consecutivi è previsto un mese di pausa durante il quale i partecipanti imposteranno il proprio Piano Strategico degli Acquisti che verrà presentato e discusso nel corso del terzo e del quinto modulo. Tra il quarto e il quinto modulo ci sarà un altro mese di pausa per sperimentare l'applicazione dei contenuti prima dell'ultimo incontro in aula col docente.

Le competenze per la gestione efficace di un plant logistico

L3

Assumere la responsabilità di un magazzino ha sempre richiesto la capacità di organizzare i processi di ricevimento, stoccaggio e preparazione in uscita delle merci con il fine di una gestione efficace dei flussi fisici di materiali, prodotti finiti e beni strumentali. Al Responsabile di Magazzino oggi sono affidate anche altre responsabilità determinanti per il mantenimento degli standard aziendali di servizio e marginalità, nonché per la tutela dell'azienda da rischi che potrebbero originarsi proprio in relazione alle attività di magazzino, per esempio in presenza di personale esterno di cooperativa da gestire o in relazione ai controlli introdotti dalle leggi di stabilità in merito all'affidamento a terzi dei servizi di trasporto.

Al fine di supportare i Responsabili di Magazzino nell'assunzione consapevole e proattiva del loro ruolo, il corso è strutturato per lasciare spazio di confronto fra i partecipanti e gli esperti delle varie tematiche, così da poter dibattere i temi trattati per una comprensione profonda delle criticità alle quali sono maggiormente esposti e soprattutto delle modalità pratiche a loro disposizione per contenerle. I partecipanti saranno inoltre guidati in una serie di esercitazioni pratiche finalizzate alla progettazione ed implementazione di alcuni strumenti a supporto della loro attività quotidiana.

Questo percorso formativo è adatto per:

- chi già si occupa della gestione del magazzino e vuole aumentare la sua competenza frequentando moduli formativi specialistici e confrontandosi con esperti delle singole tematiche presentate
- chi intende arricchire le proprie conoscenze tecniche e gestionali per prepararsi ad una crescita professionale nella funzione logistica
- figure di nuovo incarico, provenienti da altre funzioni aziendali, che necessitano di comprendere rapidamente le responsabilità che le aspettano e le modalità per assumerle al meglio
- chi è responsabile della gestione di magazzini affidati in outsourcing a soggetti terzi e deve monitorarne la gestione dal punto di vista di performance, costi e rispetto dei requisiti di legge a tutela degli interessi della propria azienda.

Corpo Docente

Manager e Consulenti d'impresa con lunga esperienza professionale in ambito logistico che:

- presenteranno gli aspetti teorici accompagnandoli da esempi tratti dalla loro esperienza professionale
- guideranno i partecipanti in esercitazioni finalizzate alla comprensione delle modalità applicative nelle loro aziende
- illustreranno i risvolti operativi dei disposti normativi in vigore alla luce dei più recenti aggiornamenti.

Testimonianze

Durante il percorso sono previste delle testimonianze per approfondire alcuni temi specifici con esperti che condivideranno una loro esperienza.

LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO

MILANO	6, 19, 20 MARZO
MILANO	9,10,24 OTTOBRE



MODULO 1

LA LOGISTICA PER IL CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI AZIENDALI

- Il contributo della logistica ai risultati economici, organizzativi e qualitativi dell'azienda
- Il livello di servizio obiettivo, come determinarlo e come misurarlo
- Le funzioni del magazzino al variare delle tipologie di aziende: fra aziende di produzione e commerciali, aziende che operano a commessa o su catalogo

LA MAPPATURA DEI PROCESSI LOGISTICI DALL'INBOUND ALLA REVERSE LOGISTICA

- L'importanza del magazzino come punto di incontro fra vendite, acquisti e produzione
- Possibili configurazioni logistiche
- Presentazione di un modello per la mappatura dei sottoprocessi
- di magazzino dall'ingresso all'uscita delle merci
- Esercitazione applicativa sulla realtà dei partecipanti
- La reverse logistics

LA MISURAZIONE DELLA PERFORMANCE

- La misurazione della performance come strumento di controllo e di miglioramento
- La reportistica necessaria fra possibilità di automatizzazione e frequenza di aggiornamento
- I principali indicatori della performance di un magazzino
- Esercitazione di progettazione di un cruscotto di indicatori di performance
- Azioni operative a supporto della performance

MODULO 2

LE SCORTE: CARATTERISTICHE E GESTIONE

- L'analisi ABC applicata ai materiali
- I metodi di gestione scorte tradizionali e collaborativi (consignment stock, VMI, ...)
- Indice di rotazione delle scorte: come si misura e come si utilizza
- La pianificazione degli ingressi e delle uscite e l'attività di expediting
- L'anagrafica prodotti e i sistemi di identificazione adottati nei magazzini moderni
- Le registrazioni contabili, le conte cicliche e di fine esercizio, le rettifiche
- Le operazioni di macero e lo smaltimento dei rifiuti

ESERCITAZIONI PRATICHE

- Esame di alcuni strumenti per il monitoraggio delle attività e delle loro potenzialità
- Laboratorio finalizzato al ripasso delle principali funzionalità di Excel® che potrebbero essere utili per la gestione dei documenti di analisi e di reporting

MODULO 3

ASPETTI LEGALI DELLA LOGISTICA

- Le responsabilità connesse al trasporto delle merci:
 - richiami ai contratti di trasporto ed alla responsabilità solidale
 - a chi competono carico e scarico secondo gli Incoterms
 - proprietà e gestione di mezzi di movimentazione ed attrezzature di fissaggio speciali
 - suddivisione delle responsabilità fra vettore e magazzino per una corretta gestione dei reclami
- Relazione fra contratti di compravendita e attività logistiche (vizi, contestazioni, penali, accettazione consegne, ..)
- L'assicurazione delle merci
- Rischi ed opportunità connessi con l'impiego di personale interinale e di cooperative
- Ruoli e responsabilità delle parti in presenza di outsourcing del magazzino

LA SICUREZZA DAL PUNTO DI VISTA DEL PREPOSTO DI MAGAZZINO

- Le responsabilità in capo al Responsabile di Magazzino
 - sulle merci
 - sulle risorse
 - sui beni strumentali
- Le modalità operative fra obblighi di legge, tutela aziendale e tutela personale

Durata 3 giornate

POSSIBILITÀ DI APPROFONDIMENTO SU TEMI SPECIFICI SONO PRESENTATE CON LE GIORNATE DI STUDIO DELL'AREA 4

Gli elementi tecnici per cogliere le opportunità dei mercati globali

L3

L'accresciuta concorrenza su scala internazionale obbliga le aziende a definire strategie mirate che mantengano virtuoso l'ideale flow-chart approvvigionamento-produzione-distribuzione. In un momento in cui riuscire a farsi spazio sui mercati di vendita diventa sempre più difficile, saper comprare ottimizzando il processo di acquisto, i flussi fisici delle merci e quelli finanziari può diventare un fattore distintivo per migliorare la propria competitività e conferire valore aggiunto all'intero processo aziendale. Ai partecipanti viene offerta l'opportunità di confrontarsi su casi aziendali e di operare su documenti reali, per conseguire una comprensione profonda e concreta dei temi trattati. Il taglio operativo che caratterizza il percorso permette l'acquisizione di informazioni e di elementi di consapevolezza, che risulteranno preziosi sia per chi svolge ruoli operativi sia per chi contribuisce alle decisioni strategiche sulla configurazione della Supply Chain ed ha bisogno di individuare i momenti del processo nel quale realizzare possibili "punti percentuali" di saving o di miglioramento del livello di servizio erogato.

Destinatari:

Il corso è rivolto a quanti operano oggi in area acquisti, logistica, vendite ed amministrazione e desiderano approfondire le tematiche connesse a scambi commerciali internazionali per strutturare solide basi teoriche attraverso il confronto in aula con esperti dei diversi temi specialistici e i colleghi partecipanti al corso.

Corpo Docente:

Manager e Consulenti esperti nella gestione di Logistica ed Acquisti Globali che stimoleranno l'apprendimento ed il confronto d'aula sulla base di casi ed esempi reali senza tuttavia trascurare l'esposizione delle norme di riferimento e della ratio dei comportamenti assunti.

Obiettivi didattici:

- Presentare l'impatto sulla performance aziendale degli elementi della tecnica e della legislazione doganale e fiscale che, se sapientemente gestiti, contribuiscono al contenimento dei costi, la riduzione dei rischi nonché al miglioramento del sistema di offerta dei prodotti finiti.
- Stimolare riflessioni sulle modalità operative in essere nelle aziende dei partecipanti
- Mostrare le opportunità di efficienza e di contenimento dei flussi finanziari aziendali conseguenti alle scelte alternative assunte in ordine alla ri-configurazione geografica della propria filiera.

Testimonianze

Durante il percorso sono previste delle testimonianze per approfondire temi specifici con esperti.

LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO

MILANO	22,23 MAGGIO	3 GIUGNO
MILANO	6,7 NOVEMBRE	29 NOVEMBRE



MODULO 1 FILIERE DI FORNITURA INTERNAZIONALI

- La configurazione delle filiere globali fra rischi ed opportunità

- L'importanza degli elementi doganali e fiscali per una corretta valutazione del costo delle merci

COSTI E RISCHI CONNESSI ALLA SCELTA DEGLI INCOTERMS

- Presentazione delle regole Incoterms 2010 ICC
- Le clausole Incoterms 2010 come elemento centrale della catena logistica delle attività di commercio estero
- Il contratto di compravendita: individuare le obbligazioni a carico delle parti

- L'interfaccia con l'area trasporti, pagamenti, dogane, fiscalità
- La ripartizione dei costi e dei rischi
- Analisi delle obbligazioni a carico degli acquirenti e rischi legati ad un uso improprio delle clausole Incoterms 2010
- Scegliere il termine di resa: casi pratici ed esercitazione

LA STIMA CORRETTA DEL LANDED COST

- L'impatto dei termini di resa sulla determinazione del valore doganale delle merci
- Il valore in dogana, elemento fondamentale dell'accertamento doganale.

- Regole per la corretta determinazione del valore in dogana: analisi degli elementi che partecipano alla sua individuazione (royalties, stampe, lavorazioni, imballaggi)
- Analisi di casi pratici e sentenze in materia

MODULO 2 ASPETTI DOGANALI E FISCALI PER L'OTTIMIZZAZIONE DEGLI ACQUISTI

- L'origine preferenziale delle merci e i vantaggi in termini di dazi all'importazione
- Il registro REX (Registered Exporters)
- Le dichiarazioni di lungo termine dei fornitori nazionali e comunitari

- La classificazione doganale delle merci e l'impatto sulla determinazione dei dazi all'importazione
- Regole di classificazione ed applicazione pratica
- L'informazione Tariffaria Vincolante (ITV)

LA RICERCA DI VANTAGGI FINANZIARI OFFERTI DAI REGIMI DOGANALI

- I regimi doganali economici: deposito doganale e traffico di perfezionamento

- I vantaggi finanziari derivanti dall'utilizzo dei regimi doganali economici: sospensione e dilazione di dazi ed iva all'importazione
- Il deposito Iva

MODULO 3 IL MERCATO DEL TRASPORTO INTERNAZIONALE

- Presentazione offerta di mercato

- Dinamiche relative all'andamento dei prezzi per i servizi internazionali

LA PROGETTAZIONE DI FILIERE INTERNAZIONALI

- Presentazione dei driver di filiera fra rischi ed opportunità, elementi interni (offerta, risorse, obiettivi,..) ed esterni (contesto normativo, mercato, strutture di costo,..), valutazioni economiche

- Differenti prospettive fra chi compra, chi produce e chi vende
- Esame di un caso di riorganizzazione della filiera
- Dibattito sulle casistiche dei partecipanti e su possibili prospettive progettuali

POSSIBILITÀ DI APPROFONDIMENTO SU TEMI SPECIFICI SONO PRESENTATE CON LE GIORNATE DI STUDIO DELL'AREA 4

6 giornate in 6 location diverse.

Un percorso formativo itinerante in imprese di eccellenza per approfondire modelli e strumenti d'avanguardia attraverso il confronto con i protagonisti aziendali.

"Liquido" per le competenze tecniche, gestionali, professionali e relazionali che si combinano ed integrano con nuove competenze digitali per trasferire in modalità diretta contenuti e saperi.



FOCUS SU ACQUISTI, LOGISTICA E SUPPLY CHAIN

Un itinerario formativo focalizzato sulle soluzioni del presente, implementate dalle funzioni acquisti, logistica e/o supply chain management.



PERCORSO ITINERANTE PRESSO LE SEDI DELLE IMPRESE

Sei incontri ospiti di aziende protagoniste dell'eccellenza italiana.



TESTIMONIAL AZIENDALI E FORMATORI DI ESPERIENZA

Ogni giornata è dedicata ad un tema del supply management, discusso e condiviso con manager e imprenditori dell'azienda ospitante e formatori di esperienza, così da offrire un qualificato mix di teoria e pratica.



CONFRONTO TRA PROFESSIONISTI

Il percorso Liquid Procurement Training è associato alla proposta "CPO Lounge Adaci", una modalità di confronto diretto tra i responsabili della funzione acquisti.

A CHI SI RIVOLGE

- Executive, imprenditori e professionisti degli acquisti, della logistica e della supply chain
- Junior di talento interessati ad accelerare il loro percorso esperienziale
- Professionisti di altri dipartimenti aziendali che desiderino sperimentare nuove soluzioni e apprendere dal confronto.

TARIFFA PER	SOCI ADACI	NON SOCI ADACI	INGRESSI GRATUITI COMPRESI NELLA QUOTA
Percorso da 4 giornate a scelta	2.000€*	2.300€*	• Negotiorum Fucina , 21 e 22 giugno, in Lombardia
Percorso completo da 6 giornate	3.000€*	3.300€*	• Opportunity50, 25 ottobre, in Veneto

*I prezzi indicati si intendono IVA esclusa



L'azienda può acquistare una partecipazione al percorso e inviare persone diverse alle differenti sessioni formative.

- **Negotiorum Fucina , 21 e 22 giugno, in Lombardia**
L'appuntamento annuale del network dei compratori. Un'occasione di scambio di informazioni, opinioni e soluzioni su tematiche e problemi comuni. E' l'officina delle idee in cui ogni compratore è protagonista e artefice di un cammino di crescita e di sviluppo della professione.
- **Opportunity50, 25 ottobre, in Veneto**
Opportunity50 è l'evento degli speed meeting tra compratori e venditori per conoscere nuovi fornitori e per migliorare il proprio network professionale.
- **ADACI Smart Event II, 7 novembre, in Toscana**
- **Magister VI, 8 novembre, in Toscana**

PROGRAMMA INCONTRI 2019

19 aprile - PCMC Italia SpA - Fornaci di Barga Lucca (LU)

Il valore della Supply Chain collaboration per un nuovo approccio alla negoziazione

La Paper Converting Machine Company Italia è parte di un gruppo multinazionale che mette a disposizione dei propri clienti un'offerta globale unica di macchinari standard e personalizzati che coprono l'intero processo di trasformazione del tissue. Il nostro ospite sarà Sergio Casella che, nel suo ruolo di CEO, illustrerà come l'azienda sia riuscita ad innovare la supply chain ponendo le persone al centro.

17 maggio - Mandelli SpA - Piacenza

La catena di fornitura sincronizzata in una gestione a commessa in ambito Lean

Un workshop esperienziale sulla gestione dei fornitori con Saverio Gellini (Ceo) e i responsabili di Logistica e Acquisti, ospiti di un'eccellenza della costruzione di macchine utensili. Durante l'incontro sarà possibile visitare la fabbrica automatizzata accompagnati dai manager aziendali.

7 giugno - Vimercati SpA – Pero (MI)

Gestione dei componenti critici a lead time elevato in ambiente non prevedibile

Vimercati SpA è un fornitore worldwide del settore automotive a interruttori, comandi, prese e sensori di primo impianto, fra i quali spiccano molti componenti meccatronici. Direttamente dal loro Amministratore Delegato Mauro Pizi avremo la possibilità di ascoltare le modalità organizzative alla base dell'alto standard di flessibilità e reattività di questa organizzazione di proprietà indiana ma fortemente radicata sul territorio italiano.

5 luglio - Lapitec S.p.A. – Veduggio (TV)

Da contatto a contratto. Il procurement business driver

Un sostanziale cambio di passo nella trasformazione digitale che ha accelerato le decisioni sempre più affidabili e informate facendo della funzione acquisti un punto critico nella crescita delle performance aziendali. Il Procurement ha il ruolo di aumentare la fiducia nelle decisioni critiche e sviluppare rapidamente i fornitori rendendoli credibili e collaborativi in tempo reale.

19 settembre - SALVAGNINI SpA - Sarego (VI)

La creazione di valore del procurement e il contributo della funzione acquisti attraverso la data intelligence

Accolti a Sarego nel quartier generale del gruppo Salvagnini, tra i principali player mondiali nella progettazione e produzione di macchine e sistemi flessibili per la lavorazione di fogli d'acciaio, esploreremo i vantaggi dell'adozione di nuove tecnologie in fabbrica nella supply chain. Gli esperti del Procurement e Produzione parleranno di transizione verso un ecosistema produttivo smart, che vede la funzione procurement, come perno del sistema di raccolta di tutte le informazioni in tempo reale a supporto della crescita dei volumi produttivi.

29 ottobre – Adaci Formanagement - Milano

Discussione finale di chiusura del percorso con tutti i partecipanti guidati da speaker dal mondo accademico e manager della supply chain di una multinazionale.

OBIETTIVI

Prendere parte ad incontri fra professionisti al fine di confrontarsi sull'introduzione e sull'uso quotidiano di modelli e strumenti e individuare modalità per migliorare la performance della propria azienda in un contesto stimolante di crescita condivisa.

Date, Location e Temi potrebbero subire variazioni per motivi organizzativi
Per i programmi completi e per ogni informazione didattica e commerciale supplementare si prega contattare la Segreteria Corsi: Tel. 02 40072474 (ext.3) - email: formanagement@adaci.it

001 RESPONSABILITÀ, TRASPARENZA E SOSTENIBILITÀ NEL MONDO DEGLI ACQUISTI

Guida allo standard di riferimento proposto dalla norma UNI ISO 20400 ed. 2017

L2 NEW

L'ISO 20400 (standard internazionale per gli acquisti sostenibili) nasce con il preciso obiettivo di spingere le imprese ad effettuare scelte di acquisto coerenti e sostenibili, e di sorvegliare in questa direzione l'intera catena di approvvigionamento. Scelte che dovranno premiare non solo l'aspetto prettamente ambientale, ma anche quello etico. Sotto un altro profilo si tratta di trovare un bilanciamento ottimale tra la tensione al profitto da parte dell'azienda e la necessità di rispettare i più stringenti vincoli socio-ambientali. La giornata si prefigge dunque di esaminare la lettera dello standard ISO 20400, sia per consolidare la comprensione delle linee guida sia per realizzare l'integrazione della sostenibilità nella strategia politica di rifornimento di un'organizzazione, andando ad individuare come sia possibile far sì che la sostenibilità divenga anche un fattore di successo aziendale.

OBIETTIVI

- Esaminare le indicazioni della ISO 20400 in materia di procurement e le proposte per evitare i rischi finanziari, ambientali e quelli reputazionali connessi a una gestione inadeguata della supply chain
- Individuare come l'introduzione di principi di responsabilità, trasparenza e rispetto dei diritti umani nella gestione acquisti possa realmente tradursi in vantaggio economico per l'azienda.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Lo spirito della ISO 20400, concetti fondamentali di acquisti sostenibili, loro principi e considerazioni chiave
- Applicazioni alla PA ed all'impresa privata. Analisi dei contesti e livelli di applicabilità
- Prodotti, beni, servizi e differenze di applicazione
- Il Life Cycle Assessment
- Due diligence nell'attività di investigazione e di approfondimento nelle trattative commerciali, l'analisi della complicità – diretta e indiretta – nella violazione dei diritti umani e il costo globale
- Sviluppo di una strategia di acquisti sostenibili
- Cultura dell'organizzazione, gestione delle prestazioni, coinvolgimento degli stakeholder
- Il Green Public Procurement – PAN-GPP
- Lettura ed analisi della norma nelle varie fasi della gestione dell'acquisto, dalla selezione dei fornitori alla gestione del contratto
- Simulazione di applicazione a casi reali
- Costi per acquisti non in linea con i livelli di sostenibilità ed etica richiesta dal mercato.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 21 marzo Roma
• 4 luglio Milano

002 L'IMPATTO DEL GDPR SULLA FORNITURA DI SERVIZI

Come redigere capitolati e contratti d'acquisto nella tutela della propria azienda

L2

A decorrere dal 25 maggio 2018 è entrato in vigore il nuovo regolamento sulla privacy e tutte le aziende hanno dovuto recepire i dettami. La privacy ha un forte impatto sull'attività degli approvvigionamenti, sia in quanto l'azienda acquirente attraverso la propria funzione acquisti entra in possesso di una rilevante quantità di dati e informazioni relative ai suoi fornitori sia perchè l'acquisto di strumentazione destinata al trattamento di dati implica valutazioni in termini di idoneità con particolare riferimento alla sicurezza. Oggi, inoltre, alla luce del nuovo Regolamento UE 679/2016, l'impianto giuridico-applicativo della privacy ricopre una rilevanza maggiore e più organica in termini organizzativi, anche in considerazione dell'aumento della quantità di dati acquisibili e delle tipologie di trattamenti effettuabili attraverso fonti e mezzi tecnologicamente evoluti e diffusi. Il buyer si potrebbe pertanto trovare a:

- gestire l'acquisto/noleggio di servizi di sicurezza informatica, di sviluppo sistemi, di piattaforme, di servizi in remoto, di servizi professionali (per es. per DPO), di servizi web (per es. marketing), di spazi in cloud, etc.
- occuparsi della ricerca e contrattualizzazione di un Data Protection Officer esterno
- assicurare che gli strumenti di e-procurement utilizzati dall'Ufficio Acquisti e dalla Supply Chain trattino i dati nel rispetto del suddetto regolamento.

OBIETTIVI

- Comprendere le implicazioni del nuovo decreto sulla Privacy sulla gestione Acquisti

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il nuovo regolamento UE 679/2016:
 - principi fondamentali e gestione dei dati personali
 - il nuovo ruolo del responsabile del trattamento
 - la gestione della contitolarità
 - il registro dei trattamenti
 - il data privacy impact assessment
- Il Data Protection Officer:
 - chi è e quando è obbligatorio
 - modalità e formalizzazione dell'incarico
 - selezione e valutazione di un fornitore esterno
- La gestione dei servizi e la scelta del fornitore:
 - tipologia di contratti per l'acquisizione dei servizi
 - servizi in cloud
 - il service level agreement
 - garanzie in termini di sicurezza del trattamento
 - servizi specifici (es. riprese, comunicazione, marketing, etc.)
 - cenni al trasferimento dei dati all'estero

Esercitazione: studio di un Service Level Agreement e verifica delle implicazioni in materia di privacy.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 1 febbraio Padova
• 26 settembre Milano

003 STRUMENTI INFORMATICI A SUPPORTO DEGLI ACQUISTI: ORIENTARSI NELLA SCELTA

Guida alle potenzialità degli strumenti di eSourcing, Vendor Management e Contract Management

L3

Il corso è rivolto ai responsabili della Funzione Acquisti che stanno valutando e pianificando l'introduzione di strumenti di eSourcing, Vendor Management, Contract Management. Il corso può inoltre essere utilmente fruito da Senior Buyer e Buyer operanti in organizzazioni che hanno già adottato questi strumenti per trarne significativi spunti e suggerimenti. Dal momento che l'introduzione di questi strumenti è vincolata dalla configurazione del sistema ERP aziendale nonché dalla presenza di altri applicativi specifici, il corso esaminerà le modalità per rilevare e tenere adeguatamente in conto eventuali condizioni e limiti di utilizzo.

OBIETTIVI

- Illustrare il quadro degli strumenti di eSourcing (RfX e Aste online), Vendor Management, Contract Management
- Delineare un quadro di riferimento per valutare lo stato degli strumenti informatici a supporto degli acquisti e per identificare linee guida e priorità di sviluppo
- Approfondire le valutazioni sui benefici conseguenti all'adozione di questi strumenti
- Offrire una guida per il processo di selezione degli strumenti che si vogliono adottare

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Introduzione alle Strategic Sourcing Application Suites – eSourcing (RfX e Aste online) Vendor Management, Contract Management – e panoramica dei prodotti disponibili sul mercato
- Utilizzare strumenti di eSourcing
- Negoziare con le aste on-line
- Utilizzare strumenti di Vendor Management
- Utilizzare strumenti di Contract Management
- Quadro di riferimento delle principali funzionalità richieste ai sistemi a supporto degli acquisti e loro relazioni con i tool delle Strategic Sourcing Application Suites
- Come selezionare gli strumenti che meglio soddisfano le esigenze della propria organizzazione:
 - costruire il business case per presentare in azienda i vantaggi
 - definire i requisiti ovvero gli use case principali
 - identificare i potenziali vendor
 - valutare tecnicamente le diverse soluzioni
 - valutare i costi
- Spunti e riflessioni su come introdurre in una organizzazione gli strumenti di eSourcing (RfX e Aste online), Vendor Management e Contract Management
- Spunti e riflessioni circa il quadro di sviluppo dei sistemi a supporto degli Acquisti. Priorità di sviluppo, interconnessioni e prerequisiti per lo sviluppo degli strumenti di eSourcing, Vendor Management e Contract Management.

Le attività verranno accompagnate dall'illustrazione di alcuni casi. Sarà stimolato un coinvolgimento diretto dei partecipanti su esigenze reali.

Saranno disponibili video degli strumenti dei diversi vendor.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 11 aprile Milano
• 8 ottobre Milano

004 INDUSTRY 4.0 E SUPPLY CHAIN DIGITALI

Ripensare la strategia a fronte dell'integrazione tecnologica in atto

L3

La quarta rivoluzione industriale è iniziata. Fra le principali tecnologie che la caratterizzano vi sono gli applicativi gestionali e produttivi avanzati, le tecnologie additive con stampanti 3D, Internet delle cose, la realtà aumentata a supporto delle attività lavorative e altro ancora. Col ricorso a questi strumenti le imprese aumentano la produttività e abbassano i costi del 10% - 15%. Industria 4.0 non è solo un mix di applicativi, ma è un modo di essere e di gestire l'impresa. Stare al passo con questa trasformazione è necessario, diversamente si rischia di uscire dal mercato. È dunque giunto il momento per i manager di valutare l'impatto che questo scenario mutato ed in continua evoluzione potrà avere sull'arena competitiva nella quale le loro imprese operano, così da impostare strategie adeguate per proteggere l'azienda da rischi ed anche per cogliere le molteplici opportunità che le grandi trasformazioni di sistema possono offrire.

OBIETTIVI

- Comprendere la portata della Quarta Rivoluzione Industriale
- Riflettere sui rischi e sulle opportunità che le nuove tecnologie/applicazioni 4.0 potrebbero determinare per la propria azienda
- Ripercorrere il processo di pianificazione strategica per individuare possibili strategie ed azioni di risposta al contesto

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le fasi del processo di pianificazione strategica
- Analisi del contesto esterno:
 - significato, vantaggi e portata di Industria 4.0 e fattori che caratterizzano l'impresa intelligente:
 - 1) tecnologia di acquisizione dati: applicativi gestionali avanzati quali PLM e MES
 - 2) flessibilità e innovazione: tecnologie additive, stampanti 3D
 - 3) make to order automatizzato
 - 4) realtà aumentata e sue possibili applicazioni (RA)
 - 5) connettività: integrazione verticale e orizzontale
 - 6) internet delle cose, sensori e dati
 - 7) cloud computing e data on demand
- Analisi interna
 - modalità di creazione del valore
 - focus sulla gestione degli Acquisti e della Supply Chain
- Sintesi:
 - SWOT analisi
 - esame delle modalità di risposta al fenomeno 4.0 implementate da alcune aziende
 - dibattito su possibili strategie perseguibili

Durata
1 giornata

Edizioni
• 13 maggio Milano

101 ACQUISTI EFFICACI

Un approccio avanzato al processo d'acquisto

L2

L'esecuzione delle attività d'acquisto è atto personale e singolare di ogni azienda, la quale ne modella le procedure e le fasi in accordo alla propria dimensione, alla tipologia dei beni e dei servizi da approvvigionare e ai mercati d'acquisto presso i quali intende operare. Ciononostante l'esperienza ha dimostrato come esista un'ossatura della funzione acquisti che resta immutata e immutata in qualunque contesto aziendale. Questo corso, che costituisce il gradino di approfondimento successivo agli insegnamenti del Corso Base Acquisti, descrive l'architettura e la dinamica di questa struttura e ne approfondisce gli aspetti di funzionamento operativi; si propone di offrire una risposta alle domande base che gli addetti degli acquisti si pongono quotidianamente: come organizzare il proprio lavoro e come gestire l'interfaccia con il lavoro dei colleghi delle diverse funzioni aziendali, come valutarne l'affidabilità, qual è la metodologia più adeguata di comparazione delle offerte, come scegliere il contenitore contrattuale più idoneo, quali sono le informazioni più rilevanti che devono essere assunte prima di una trattativa.

OBIETTIVI

- Esaminare approfonditamente la dinamica delle attività e dei processi di base eseguiti dalle funzioni acquisti
- Riconoscere le aree nelle quali è possibile creare maggior valore.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Fabbisogni, specifiche tecniche e richiesta d'acquisto:
 - il fabbisogno: l'interazione funzione acquisti-clienti interni
 - la specifica tecnica, elemento chiave per predisporre un corretto processo d'acquisto
- Il ciclo della RdO:
 - creazione e invio della Richiesta di Offerta: riferimenti normativi e legislativi, contenuti tecnici, commerciali, contrattuali e logistici
 - scopo della Richiesta di offerta: distinzione tra RfP e RfQ e RfT
 - selezione dei fornitori da interpellare: classe di interpello, classificazione dei fornitori
 - i rilanci
 - la costruzione delle gare
 - RdO e specifiche tecniche
 - ricezione, controllo e comparazione delle offerte dei fornitori: metodologie di comparazione, differenti approcci per RfP e RfQ e RfT
- Analisi costo:
 - il breakdown dei prezzi
 - il Total Cost of Ownership
 - analisi del valore (cenni)
- Posizionamento e politiche di trattativa
- Definizione del mezzo di trattativa (mail, telefono, vis a vis, asta on-line)
- Progettazione della trattativa (staff, obiettivi).



Il corso prevede una sessione di follow up post aula della durata di 1 ora per un supporto on the job

Durata

1 giornata

Edizioni

• 8 aprile Milano • 16 settembre Milano

102 MODALITÀ OPERATIVE PER LO SCOUTING

Gli strumenti più moderni per ricercare nuovi fornitori

L2

Se oggi le funzioni acquisti sono orientate verso il possesso di portali di fornitura in web application, capaci di accogliere e gestire le candidature spontanee dei fornitori potenziali, lo scouting attivo, e dunque la ricerca autonoma e autodeterminata di nuovi fornitori, resta una delle armi più potenti tra quelle disponibili nel bagaglio di competenze e conoscenze del buyer. L'obiettivo dello scouting attivo è accrescere il numero dei soggetti ai quali è possibile sottoporre un fabbisogno d'acquisto. Si tratta dunque di creare le condizioni per ritrovarsi in una situazione che, sempre, in qualunque azienda, di qualsiasi dimensione, ovunque ubicata e in ogni ambito di attività economica, rappresenta la condizione base per avere l'opportunità di creare concorrenza e acquistare al meglio.

E se la pratica dello scouting è antica come gli acquisti, di certo sono cambiati gli strumenti, gli scenari, gli obiettivi e i tempi di realizzazione.

La giornata avrà un taglio applicativo e il docente guiderà i partecipanti nella definizione di strumenti di scouting specifici per gli acquisti che trattano quotidianamente.

OBIETTIVI

- Conoscere il panorama degli strumenti a disposizione della funzione acquisti per la ricerca di nuovi fornitori
- Acquisire nozioni e competenze per l'effettuazione dello scouting tradizionale e di quello in rete
- Individuare siti e banche dati utili per lo scouting.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Definizione del processo di scouting dei fornitori e suo posizionamento nel sistema acquisti aziendale
- Fasi dello scouting attivo:
 - analisi sistematica delle categorie merceologiche aziendali e individuazione di quelle che richiedono un arricchimento della base di fornitura
 - esercitazione: Analisi di categorie merceologiche proposte dai partecipanti (definizione del profilo e della località delle aziende da individuare, delle informazioni da rilevare, degli obiettivi quantitativi della ricerca e dei canali potenziali attraverso cui fare la ricerca)
 - esercitazione: Definizione dei parametri di ricerca di beni e servizi proposti dai partecipanti
- Ricorso a service provider specializzati
- Ricerca su Internet:
 - siti specializzati con raccolta di informazioni su aziende nazionali e internazionali
 - ricerca attraverso motori e parole chiave (individuazione di quelle più efficaci)
 - ricerca di beni e servizi proposti dai partecipanti
- Analisi dei dati ottenuti e richiesta di eventuali integrazioni
- Contatti e banche dati utili per la ricerca.

Durata

1 giornata

Edizioni

• 11 marzo Milano • 4 giugno Roma
• 19 settembre Milano

103 IL PARCO FORNITORI

I fornitori come risorsa aziendale: analisi, selezione, qualifica e gestione

L2

I beni e servizi acquistati dalle imprese sono tra loro diversi, diversa è la loro criticità sulla gestione aziendale e diversi sono i rapporti di fornitura instaurati per ottenerli. Ne consegue che alla base di una corretta gestione dei fornitori ci sia la segmentazione del portafoglio acquisti e del parco fornitori, così da poter declinare qualifica e gestione in base alla merceologia acquistata, alla relazione che si intende instaurare e al ruolo che il fornitore dovrebbe rivestire. Un buon sistema di qualifica presuppone adeguati sistemi di misurazione che includono report di chiusura ordini, KPI e Balanced Score Card. In un momento in cui alla Funzione Acquisti è richiesto di contribuire sempre più al raggiungimento degli obiettivi aziendali, anche la valutazione e la gestione dei fornitori diventano punti cardine del successo aziendale.

OBIETTIVI

- Familiarizzare con dimensioni, caratteristiche e modalità applicative di un efficace processo di qualifica fornitori
- Apprendere i fondamentali degli audit di controllo e delle visite ispettive
- Presentare e discutere gli indicatori di prestazione maggiormente utilizzati.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il Supplier Portfolio come strumento indispensabile per la gestione ottimale degli acquisti
- Processo di qualifica da adottare per ogni segmento della supply base/gruppo merce in funzione degli obiettivi attesi e dei latenti rischi di fornitura
- La qualifica (preventiva) e la valutazione (consuntiva) dei fornitori attivi e delle loro prestazioni:
 - parametri da misurare
 - definizione degli standard di accettabilità e dei relativi sistemi di calcolo
 - analisi di alcuni indicatori di prestazione
 - condivisione con enti interni e fornitori primari
- Cenni sui portali fornitori
- Rilevazione delle prestazioni, analisi degli scostamenti e definizione dei rimedi da adottare
- Utilizzo della valutazione dei fornitori e dei sistemi di Vendor Rating come strumento di comunicazione interna di miglioramento continuo delle forniture.

Durata

1 giornata

Edizioni

• 7 febbraio San Miniato (PI)
• 27 maggio Milano • 12 settembre Bologna

104 COME PREPARARSI AD UNA TRATTATIVA D'ACQUISTO

Giocare d'anticipo per trattare con successo

L2

La trattativa d'acquisto richiede un'accurata preparazione fondata su quattro pilastri: il fornitore, il mercato, la fornitura e il processo d'acquisto; al centro la figura del buyer, le sue competenze e le sue attitudini. L'analisi del fornitore è da svolgersi sia verificando i risultati di performance (se fornitore attivo) o i dati di qualificazione (se potenziale) sia attraverso un'analisi della condizione economico-finanziaria e commerciale che sta attraversando. Accanto all'analisi del fornitore è indispensabile la verifica dello stato congiunturale del mercato di acquisto nel quale egli opera. Successivamente viene esaminata la fornitura con gli strumenti del breakdown del prezzo e del TCO e infine, il contenuto delle diverse fasi del processo (specifica tecnica, fornitori interpellati, modalità di comparazione delle offerte, rilanci, etc.) La preparazione prevede inoltre la scelta della modalità (telefonica, mail, vis a vis, eAuction) e, se vis a vis, dello staff operativo (per trattativa mono o multicontroparte oppure mono o multilivello). Infine è necessario definire gli strumenti di misura dell'esito della trattativa.

OBIETTIVI

- Trasmettere le tecniche di analisi e di verifica del mercato, dei fornitori e della fornitura per pervenire al momento negoziale adeguatamente preparati.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il fornitore:
 - indicatori da vendor rating
 - informazioni economiche, finanziarie e commerciali in tempo reale
 - la swot analysis per la verifica della forza contrattuale specifica del fornitore e del cliente (punti di forza e debolezza, opportunità e rischi)
- La fornitura:
 - la specifica tecnica
 - interazione con il cliente interno richiedente, eventuale suo coinvolgimento nella trattativa
 - l'analisi costo: tecniche di breakdown del prezzo
 - il Total Cost of Ownership: tecniche di individuazione e di calcolo
- Il mercato:
 - l'analisi della congiuntura di mercato (trend economico generale, trend di settore)
 - l'analisi di posizionamento (fornitore in concorrenza, monofornitore, fornitore sostituibile)
- Il processo d'acquisto:
 - i fornitori interpellati
 - la modalità di comparazione delle offerte
 - i rilanci
- Il buyer:
 - competenze, attitudini, relazioni
- Prima della trattativa:
 - lo staff di trattativa
 - metodologia (scambio mail, telefono, incontro, multicontroparte e multilivello)
 - tableau du bord della trattativa.

Durata

1 giornata

Edizioni

• 28 gennaio Milano • 28 ottobre Milano

201 PROGETTAZIONE E GESTIONE DELL'ALBO FORNITORI

Come sfruttare le potenzialità dell'Albo Fornitori: dalla classificazione merceologica alle logiche di Vendor Rating

L2

Possedere un insieme di fornitori potenziali qualificati è indispensabile per tutelarsi dai rischi delle interruzioni di fornitura e dall'insorgere di monopoli e oligopoli da parte dei fornitori.

Dotarsi di un Albo Fornitori progettato sulla base delle esigenze aziendali e regolarmente alimentato con nominativi di nuovi fornitori e con feedback sulle performance dei fornitori attivi può dunque considerarsi un'importante fonte di vantaggio competitivo per un'azienda.

Il corso presenta una metodologia per la costruzione dell'Albo Fornitori che supporta tutte le fasi progettuali e realizzative del processo: definizione della Classificazione Merceologica aziendale, impostazione della attività di scouting attivo e passivo per i vari Gruppi Merce, impostazione delle procedure di approvazione e qualificazione dei fornitori potenziali, valutazione a consuntivo dei fornitori attivi.

Ogni partecipante potrà applicare la metodologia presentata declinandola in base alla dimensione dell'azienda di appartenenza e alla specificità dell'attività economica svolta.

Durante le due giornate del corso verranno affrontati gli snodi e le criticità del processo con particolare cura delle interfacce verso l'esterno e l'interno dell'azienda.

OBIETTIVI

- Comprendere come realizzare una Classificazione Merceologica adeguata alle necessità della Funzione Approvvigionamenti
- Creare i questionari e gli algoritmi per la valutazione preventiva dei fornitori potenziali e quella consuntiva dei fornitori attivi
- Costruire le procedure di approvazione e di qualifica fornitori
- Esaminare alcuni algoritmi frequentemente utilizzati per valutare la performance dei fornitori.

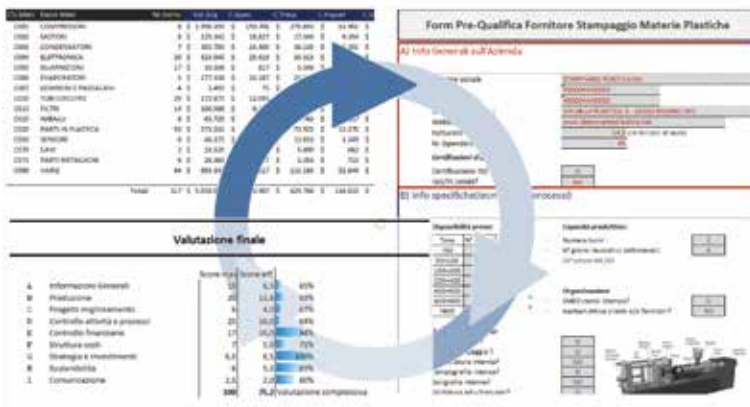
PRINCIPALI TEMI TRATTATI

MODULO 1 - I gruppi merce e la classificazione merceologica:

- Parametri per la **selezione primaria** e per la **valutazione preventiva**
- La classificazione dei fornitori in albo
- Differenti percorsi di valutazione in funzione della classificazione dei gruppi merce
- La qualificazione: struttura dei percorsi di qualificazione in funzione della classificazione del gruppo merce
- Strumenti per la qualificazione: tavoli tecnici, le visite di qualifica, l'omologazione dei prodotti e dei servizi
- Mappatura degli strumenti informatici disponibili sul mercato

Modulo 2 - Vendor rating:

- Obiettivi della valutazione a consuntivo
- La scelta dei fornitori da sottoporre a **valutazione consuntiva**
- La metodologia della valutazione (questionari, valutatori, frequenza di valutazione)
- Parametri, indicatori e algoritmi di valutazione
- Il vendor rating e la comunicazione con il mondo dei fornitori
- Vendor rating automatizzato.



Durata
2 giornate

Edizioni
• 7-8 febbraio MI
1-2 ottobre Milano

202 LA VISITA AI FORNITORI

Come preparare e condurre visite di qualifica, ispettive e di sorveglianza

L2

La complessità della relazione con un fornitore rende obbligatorio il sopralluogo presso la sua sede, sia nel corso del processo di qualificazione sia durante la sua attività di fornitore di beni o di servizi. La visita al fornitore riveste un significato determinante ai fini della qualità dei processi d'acquisto poiché soltanto la presenza di esponenti della funzione acquisti dell'azienda cliente presso gli uffici e le strutture di produzione del fornitore permette di acquisire le informazioni e le notizie necessarie a verificare la sua affidabilità e a progettare lo sviluppo di nuove attività. **L'organizzazione di una visita a un fornitore**, sia essa di qualifica, ispettiva o di sorveglianza, richiede attenzione ai dettagli del programma, degli obiettivi e della composizione dello staff di visita. Le norme, le regole e le consuetudini comportamentali e relazionali da seguire nel corso della permanenza presso la sede del fornitore sono decisive al fine di costruire il corretto clima di collaborazione necessario per il buon esito della visita. La predisposizione di una check list personalizzata per ciascuna visita consente di assumere i dati salienti in forma ordinata e permette di elaborare il report di visita in tempi brevi.

OBIETTIVI

- Imparare a condurre le visite con metodo, definendo obiettivi, aree di indagine e comportamento da tenere durante l'audit
- Individuare ed imparare ad analizzare le principali fonti di informazioni aziendali
- Allenarsi a valutare i fornitori secondo parametri qualitativi e di Marketing relazionale.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

Principali metodologie

- Tipologie di visita e loro confronto
- Parametri e atteggiamenti specifici per l'attività di audit
- Definizione della check-list e del programma dell'audit
- Definizione del punto nave e del ruolo dei partecipanti
- Analisi e riconoscimento durante le visite delle fonti di informazione aziendale
- Esercitazione pratica sulla progettazione

Aspetti comportamentali

- Comunicazioni iniziali e finali. Relazione sull'esito della visita
- La competenza dell'auditor: caratteristiche personali, conoscenze e competenze
- Regole comportamentali e di comunicazione interpersonale
- Il Marketing relazionale
- Esercitazioni su simulazione pratica di impostazione, conduzione e sintesi di visite a fornitori.

Contattate la segreteria per conoscere le possibilità di condurre una visita presso un Vostro fornitore accompagnati dal nostro esperto.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 15 aprile Milano
• 30 settembre Milano

203 QUALITÀ NEGLI ACQUISTI

Metodi e strumenti evoluti per trarre vantaggio competitivo dall'applicazione della norma ISO 9001 in ambito acquisti

L2

Con l'edizione 2015 della ISO 9001 l'approccio al Sistema Qualità ha subito una svolta, spostando il focus delle aziende dalle procedure alla prevenzione e protezione dai rischi che potrebbero minare il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Il corso illustra come declinare questo nuovo approccio nella specificità delle attività d'acquisto e nelle relazioni con i fornitori. A partire dall'analisi di rischi e opportunità e dalla maggiore attenzione al controllo dei processi affidati all'esterno, fornisce elementi utili ed oggettivi:

- da impiegare nella scelte strategiche: Low Cost Countries (LCC) o fornitori locali, partners o fornitori, free pass o controlli in accettazione, Supplier Quality Engineer (SQE) o Supplier Development Engineer (SDE)
 - da adottare per impostare criteri di selezione, fattibilità preventiva, benessere, Production Part Approval Process (PPAP), audit di processo, requisiti di fornitura;
 - da utilizzare per valutare le prestazioni dei fornitori: vendor rating "evoluto".
- Durante la giornata i partecipanti potranno apprezzare l'applicazione pratica di alcuni strumenti utilizzati in contesti industriali esigenti, come quello dell'automotive.

OBIETTIVI

- Illustrare e analizzare i principali strumenti di "qualità evoluta"...senza approccio "burocratese"
- Illustrare possibili modalità e strumenti che possono trasformare la certificazione dei fornitori in variabile competitiva, soprattutto per le aziende italiane
- Fornire esempi di "best practices" e dei relativi strumenti che hanno trasformato (in meglio!) processi e aziende.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il Sistema Qualità:
 - perché la certificazione del Sistema Qualità
 - attuali difetti nell'applicazione della norma
 - la FMEA come strumento di analisi dei rischi a supporto del "Risk based Thinking"
- L'approccio PDCA: lo strumento dell'8D
- Selezione e omologazione Fornitori: esempi di check-list di omologazione Fornitori
- Audit, controllo e approvazione dei processi affidati all'esterno: Supplier Quality Engineer o Supplier Development Engineer? Esempi di check-list di verifica dei processi
- Requisiti di fornitura: dalla fattibilità preventiva al benessere alla produzione. Esempi di strumenti utilizzabili per non ricevere spiacevoli sorprese
- Valutazione delle prestazioni dei Fornitori: considerazioni sul sistema di Vendor Rating e relative caratteristiche per poter essere utilizzato come strumento strategico in ambito Acquisti
- KPI e reporting: PPM o %? Quali indicatori scegliere e utilizzare? Quali alternative per il calcolo dell'On Time Delivery?

Durata
1 giornata

Edizioni
• 29 gennaio Milano
• 30 settembre Torino
• 26 marzo Padova

204 LA CREAZIONE DEL VANTAGGIO COMPETITIVO NEL RINNOVAMENTO DELLA RETE DI FORNITURA

Ispirarsi alle più moderne best practice per adeguare il parco fornitori a nuove esigenze

L3 NEW

Il vantaggio competitivo non è eterno e come scriveva Michael Porter le aziende devono costantemente proteggerlo e consolidarlo, per evitare che le forze di mercato lo erodano progressivamente. Moltissimi sono gli esempi di aziende di successo che improvvisamente si sono trovate ad attraversare grandi crisi a causa di nuove tecnologie produttive che penalizzavano gli operatori già presenti sul mercato, comparsa di nuove tecnologie di prodotto, ingresso sul mercato di concorrenti più performanti.

Se la vostra azienda si trova in una situazione analoga a una di quelle appena descritte o se semplicemente intende giocare d'anticipo consolidando la propria posizione di vantaggio competitivo, una delle opzioni che potrebbe considerare è quella di ripensare al proprio parco fornitori, così da sfruttare al meglio tutto il potenziale che il mercato può offrire.

Per farlo vi proponiamo di prendere spunto dalle best practice impiegate in settori come quello dell'automotive, dell'aeronautica, della produzione di macchine, ed altri nei quali il raggiungimento di obiettivi di costo, qualità e servizio sempre più sfidanti ha portato all'affinamento progressivo di modelli di relazione, omologazione e gestione dei fornitori strutturati e robusti. Ad illustrarli in aula si alterneranno alcuni manager che sono stati protagonisti, e continuano ad esserlo, di progetti di rinnovamento e sviluppo del parco fornitori.

OBIETTIVI

- Riflettere sull'opportunità di riprogettare il proprio parco fornitori alla ricerca di un maggior vantaggio competitivo aziendale
- Conoscere gli strumenti e le metodologie adottati in ambito automotive per l'omologazione dei fornitori e per la gestione del loro miglioramento (check list di omologazione, parametri di vendor rating)
- Esaminare alcune best practice per la gestione delle partnership di fornitura lungo tutta la durata delle collaborazioni.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

MODULO 1 - La posizione strategica degli Acquisti e la progettazione del parco fornitori

- Il contributo degli Acquisti (e dei fornitori) alla marginalità aziendale
- Ripensare in chiave strategica al proprio parco fornitori: perché farlo e come farlo
- Presentazione delle specificità delle forme più evolute di collaborazione con i fornitori (codesign, comaking, early involvement, value added / value engineering) e dei risultati conseguibili
- Legame fra obiettivi (qualità, costo, puntualità consegne, tecnologie utilizzate . . .), necessità di ricerca di nuovi fornitori e caratteristiche da ricercare
- Aspetti operativi da gestire preliminarmente per potenziali fornitori partner:
 - visita preliminare
 - "non disclosure agreement" (NDA), invio disegni, regolamentazione proprietà intellettuale
 - esame opzioni ed esigenze di gestione delle scorte consignment stock, introduzione kanban, ...).

MODULO 2 - Modalità operative per l'omologazione dei fornitori

- Gli step dell'iter di omologazione fornitori
- Esame della check list di supplier/factory assessment da adottare in fase di omologazione
- Ulteriori elementi di valutazione: fattibilità preventiva, Production Part Approval Process (PPAP)
- Come gestire la qualità del fornitore a valle della sua omologazione: gestione delle non conformità e degli addebiti, deroghe, strutturazione del sistema di vendor rating, . . .

MODULO 3 - Lo sviluppo del fornitore e della progettazione

- L'"early involvement" del fornitore in pratica:
 - come impostare progetti di codesign
 - cenni alla metodologia di progettazione prodotto VA/VE
- Modalità operative per perseguire il miglioramento continuo del rapporto Cliente/Fornitore
- Progetti di lean management condivisi
- Il ruolo del sistema di valutazione a consuntivo dei fornitori (vendor rating) nel processo di loro sviluppo fornitori
- Dibattito finale circa possibili cambiamenti da portare nella propria realtà aziendale

PER CHI FOSSE INTERESSATO AD APPROFONDIRE GLI ASPETTI CONTRATTUALI DELLE RELAZIONI DI PARTNERSHIP SI SEGNA LA SEGUENTE CORSO:
704 LA REGOLAMENTAZIONE DEI CONTRATTI DI PARTNERSHIP

Durata
3 giornate

Edizioni
• 22 febbraio e 7-8 marzo Milano
• 11-18-25 ottobre Milano

205 SHOULD COST ANALYSIS

Come valutare il costo di beni o servizi complessi

L3 NEW

Laddove gli Acquisti si trovino a dover gestire acquisti di beni o servizi complessi, per i quali non è disponibile un prezzo di mercato di riferimento, risulta difficile comprendere quale potrebbe essere un esito soddisfacente della negoziazione. In tali contesti, se il volume dello speso è significativo, o anche se ci si trova a confrontarsi con fornitori vincolati e/o in situazioni di negoziazioni complesse, la messa in atto di progetti orientati all'analisi di mercato e di prodotto finalizzati a determinare lo "Should Cost", cioè il costo che realisticamente un fornitore potrebbe quotare per la fornitura di un determinato bene o servizio, è un'opzione di grande utilità per i buyer. I passi della metodologia consentono infatti di stimare il breakdown di costo ed i driver che lo influenzano, così da poter avere elementi oggettivi sui quali impostare la negoziazione ed identificare elementi per poter mettere in atto azioni specifiche orientate al contenimento dei costi ed alla posa delle basi di piani di miglioramento coordinati con i clienti interni ed il fornitore.

OBIETTIVI

- Passare in rassegna gli step per costruire il modello economico a supporto della valutazione dello should cost
- Comprendere la potenzialità del modello tramite l'esame di un caso reale di applicazione in ambito manifatturiero.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Contesti nei quali risulta conveniente il ricorso alla metodologia dello Should Cost Analysis
- Le determinanti del costo esaminate alla luce di:
 - caratteristiche prodotto
 - processi produttivi impiegabili ed investimenti connessi
 - modello di generazione del fabbisogno rispetto al business del fornitore
 - considerazioni economico finanziarie e valutazione di alternative nelle strutture costo
- Presentazione di un caso di determinazione dello should cost in ambito manifatturiero:
 - quadro di riferimento e vincoli di fornitura presenti
 - presentazione del modello economico costruito per giungere alla determinazione dello should cost
 - elementi principali che hanno caratterizzato la struttura del rapporto con il fornitore come premessa per il suo coinvolgimento tecnico e fattuale
 - quantificazione dei vantaggi resi possibili dalla determinazione dello should cost
- Dibattito sull'applicabilità del modello al proprio contesto aziendale.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 16 aprile Milano
• 28 novembre Milano

206 ANALISI DEL VALORE

Per la ricerca di alternative di fornitura dei beni e dei servizi

L3

L'analisi del valore nasce negli Stati Uniti d'America durante la seconda guerra mondiale, quando Lawrence Miles, un ingegnere della General Electric, responsabile della fabbricazione dei rilevatori di gas di cabina dei bombardieri d'alta quota, resta privo di una materia prima essenziale ed è costretto a individuare un'alternativa che, alla prova dei fatti, risulterà più affidabile e, nello stesso tempo, meno costosa.

L'analisi del valore di Miles trova un formidabile terreno applicativo nella teoria e nella pratica degli approvvigionamenti poiché è il fondamento della ricerca dell'alternativa di fornitura (identica funzionalità a minor costo). Il procedimento dell'analisi del valore è particolarmente indicato nei casi di acclarata impossibilità di sottrarsi a un monopolio o un oligopolio di fornitura, quando è utile verificare ogni opportunità di modifica globale o parziale della fornitura stessa, sia essa di beni o di servizi, intervenendo sulla composizione dei materiali, sulla configurazione tecnica o sull'articolazione delle fasi delle prestazioni. Questo intervento conduce a una modifica della specifica tecnica e, nei casi di successo, permette l'individuazione sui mercati d'acquisto di soluzioni di fornitura più competitive.

OBIETTIVI

- Creare un sistema di analisi del valore applicabile agli specifici approvvigionamenti del partecipante
- Costruire e trasmettere i criteri di utilizzazione della tabella di comparazione del valore per individuare la soluzione di fornitura a maggior valore totale.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Nascita e sviluppo della teoria dell'analisi del valore
- L'applicazione dell'Analisi del Valore in ambito acquisti
- La formula generale del valore: $I = W/C$
- Gli strumenti di supporto all'Analisi del Valore: breakdown del prezzo e Total Cost of Ownership
- La realizzazione dell'alternativa di fornitura
- Il sistema di relazioni della costruzione di un sistema teso all'alternativa di fornitura (early involvement con i clienti interni, partnership con i fornitori chiave)
- La comparazione delle soluzioni (W – funzionalità, qualità, logistica + C – costo)
- Creazione dei parametri di comparazione
- Attribuzione dei pesi
- La tabella di comparazione del valore
- Risultati dell'Analisi del Valore e Budget
- Usi prevalenti dell'Analisi del Valore in ambito acquisti
- Esercitazione in continuo di analisi del valore su beni e servizi proposti dai partecipanti.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 1 marzo Milano
• 11 dicembre Milano



Torna all'indice

207 KPI E REPORTING DELLA FUNZIONE ACQUISTI

Come misurare oggettivamente la performance della funzione

L2

L'automisurazione delle proprie performance costituisce un elemento chiave per l'innalzamento dell'efficienza e dell'efficacia dei processi di acquisto. La funzione acquisti, dotandosi di uno strumento di monitoraggio dell'attività, si troverà nelle condizioni di verificare in continuo lo scostamento tra risultati e obiettivi e di entrare in possesso delle informazioni di dettaglio che gli consentiranno di intervenire per affinare gli strumenti operativi e adeguare i processi gestionali. Un sistema di automonitoraggio si fonda sulla selezione e configurazione dei KPI più rappresentativi per ciascuna fase e sottofase dei processi d'acquisto e sull'individuazione delle fonti dei dati di alimento dei KPI medesimi.

OBIETTIVI

- Conoscere i KPI di valutazione della funzione più attuali ed efficaci e imparare a selezionare quelli più idonei alla propria struttura
- Analizzare le modalità applicative del sistema di monitoraggio delle prestazioni per dimostrare al Top Management la validità della propria funzione
- Apprendere le tecniche di costruzione del Tableau de Bord e delle metriche di misurazione coerenti con gli obiettivi della funzione e del singolo buyer.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Necessità, per la funzione acquisti, di dotarsi di un sistema di automisurazione delle proprie performance:
 - la connessione tra l'attività degli acquisti e il risultato aziendale globale
 - mappatura dei processi e delle fasi-chiave
 - identificazione della catena del valore negli acquisti
- Linee guida per la costruzione dei KPI:
 - il processo di definizione dei KPI
 - KPI per misurare l'efficacia e l'efficienza
 - caratteristiche peculiari dei KPI e i ruoli dei sistemi informativi
- Principali indicatori di performance applicabili:
 - indicatori economico-finanziari e organizzativi
 - indicatori di costo e produttività
 - indicatori di misura del saving
 - indicatori di gestione dei fornitori
 - indicatori di gestione/soddisfazione dei clienti interni
 - indicatori relativi al marketing, ai processi d'acquisto e agli strumenti in uso
- Creare un sistema di reporting degli acquisti:
 - il concetto di reporting
 - il tableau de bord come strumento di gestione
- Esercitazione: individuazione, ri-creazione e applicazione dei KPI più adeguati alla misurazione della propria attività.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 25 marzo Milano
• 8 maggio Padova
• 9 luglio Milano

208 KEY RISK INDICATOR

La classificazione e la gestione degli elementi di rischio provenienti dal processo d'acquisto

L3

Lavorare sul monitoraggio delle performance prodotte dal Vendor Rating non esaurisce le attività di conoscenza e prevenzione che la funzione acquisti esercita per gestire il proprio parco fornitori. I dati provenienti dal Vendor Rating sono infatti solo consuntivi e ciò non è sufficiente per la realizzazione degli adeguati programmi di pianificazione delle forniture. E' pertanto indispensabile avviare analisi, benchmark strutturati e verificare le condizioni di fornitura in una modalità preventiva e anticipatrice. La realizzazione di un sistema di KRI è in questo senso una proposta vincente poiché pone in essere un sistema di alert, di simulazioni, di valutazioni e di azioni tattiche per stabilire le azioni da svolgere, nonché la loro priorità, nei confronti dei fornitori. I dati di KRI sono oggi un must per il procurement, il quale, inoltre, sulla base di dati certi e oggettivi offre ai clienti interni e all'intera azienda informazioni chiare ed esaustive sull'affidabilità dei fornitori e sulla stabilità delle forniture.

Si tratta di un corso operativo "risk based thinking".

OBIETTIVI

- Selezionare, tra i dati provenienti dal Vendor Rating, quelli necessari per l'impianto di un sistema di analisi preventiva
- Creare i parametri e gli indicatori di KRI e individuare le fonti del loro aggiornamento
- Utilizzare i risultati del KRI all'interno dell'azienda e con i fornitori

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Presentazione modello
- Definizione di KRI
- Studi e riferimenti bibliografici
- Differenze e similitudini con il Vendor Rating
- Confronto fra KPI e KRI
- Perimetro di applicazione dei KRI: classi merceologiche e fornitori
- Classi di KRI (per prezzo di acquisto, efficienza, servizio)
- Revisione dei contratti di fornitura e verifica dei risultati con i fornitori
- Benchmark di riferimento
- Presentazione di un caso
- Interazione con i partecipanti su possibili sistemi di KRI
- Stesura di un possibile modello base e di un modello avanzato
- Vantaggi correlati alla sua implementazione.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 1-2 aprile Bologna
• 22-23 ottobre Milano

209 OFFICE PER LA FUNZIONE ACQUISTI E LA LOGISTICA

L'utilizzo degli strumenti di office automation per creare valore e reportistica d'impatto

L3 NEW

Sempre più frequentemente le aziende scelgono di affidarsi a strumenti integrati al sistema informativo aziendale per svolgere elaborazioni di dati ripetitive, aggiornare i cruscotti di performance o per altre attività come l'elaborazione e la gestione dei budget. Cionondimeno esistono casi nei quali la gestione di dati tramite applicazioni Office (come Excel®, Access® o Power Point®) risulta essere necessaria o addirittura preferibile rispetto al ricorso a strumenti più strutturati. Tra questi casi rientra l'operatività quotidiana della funzione acquisti, ed è qui che la conoscenza professionale degli strumenti e delle soluzioni realizzative, frutto dell'esperienza d'uso ripetuta nelle aziende, può fare la differenza in termini di efficacia del lavoro e di qualità dei documenti. Accanto alle soluzioni in termini di funzionalità utilizzabili per la gestione dei dati e delle informazioni in ingresso e in uscita, verrà dato ampio spazio alla forma grafica degli elaborati in termini di leggibilità, usabilità, capacità di comunicare in modo immediato, piacevole ed in linea con lo stile comunicativo dell'azienda.

La parte teorica sugli strumenti sarà sempre orientata alla presentazione di modalità avanzate finalizzate alla redazione di documenti operativi abitualmente utilizzati per gestione, pianificazione e monitoraggio della performance dell'ufficio e dei fornitori di beni e servizi.

Il corso prevede diverse esercitazioni. Ai partecipanti è richiesto di presentarsi in aula dotati di computer portatile e di eventuali documenti utilizzati in azienda che vogliono esaminare durante la giornata.

OBIETTIVI

- Conoscere ed impraticarsi con le funzioni di Office più utilizzate per la gestione degli uffici acquisti e logistica e per la comunicazione con la rete dei fornitori
- Esaminare documenti redatti per un uso aziendale, testati sul campo e messi a punto nel tempo grazie a continui interventi di affinamento
- Riflettere su possibili evoluzioni dei documenti prodotti e/o utilizzati dal proprio ufficio

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Utilizzo di sistemi integrati o di strumenti di office automation: quando ricorrere agli uni o agli altri
- Funzionalità di Excel® ed esempi applicativi:
 - breve ripasso di alcune funzionalità chiave e dei collegamenti fra fogli e documenti
 - funzionalità classiche per l'analisi dei dati
 - questionari per la qualifica dei fornitori
 - sistemi di vendor rating per la valutazione a consuntivo dei fornitori attivi
- Modalità condivisione dati fra Sistema informativo, Excel® e Power Point®
- La comunicazione visiva:
 - principi teorici sulla comunicazione
 - potenzialità grafiche di Excel® e di Power Point® per il business
- Esame di 2 applicazioni complesse realizzate tramite Office in ambito acquisti e logistica:
 - il cruscotto dei KPI (Key Performance Indicators)
 - il budget acquisti in realtà multiutente
- Il passaggio a strumenti informatici integrati con il sistema informativo aziendale:
 - presentazione ed esame delle principali tipologie di strumenti presenti sul mercato
 - possibili passi verso un maggior livello di integrazione ed automazione dei sistemi.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 6 febbraio Milano
• 8 luglio Milano

210 IL CALCOLO DEL COSTO TOTALE DI FORNITURA

Il saving attraverso l'individuazione e valorizzazione dei driver di costo

L2

La determinazione oggettiva del costo totale di fornitura (a Total Cost of Ownership) è operazione complessa che richiede l'applicazione di una metodologia accurata e articolata. Il procedimento richiede in primo luogo la distinzione tra i costi che appartengono al novero delle spese generali dell'azienda fornitrice (p.es. una polizza assicurativa di responsabilità civile generale) dal funzionamento della struttura acquisti (p.es. il processo di qualificazione dei fornitori) da quelli connessi con una specifica fornitura (p.es. la richiesta al fornitore di una fidejussione a garanzia). Alla stessa stregua è di capitale importanza definire la differenza tra i costi dei quali è possibile avere un dimensionamento economico preventivo (p.es. l'imballaggio, il trasporto o il costo della creazione di una scorta di magazzino) e quelli che possono essere accertati e calcolati con precisione solo a fornitura avvenuta. Infine se è vero l'enunciato secondo il quale i costi lato fornitore sono in qualche modo costi del cliente è anche vero che questa dinamica non è lineare e va valutata caso per caso.

OBIETTIVI

- Raggiungere la padronanza della metodologia del calcolo del costo totale di fornitura
- Conoscere le componenti principali del costo totale e saper selezionare quelle applicabili alla fornitura
- Apprendere il sistema di comparazione delle offerte fondato sul costo totale e non sul prezzo.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

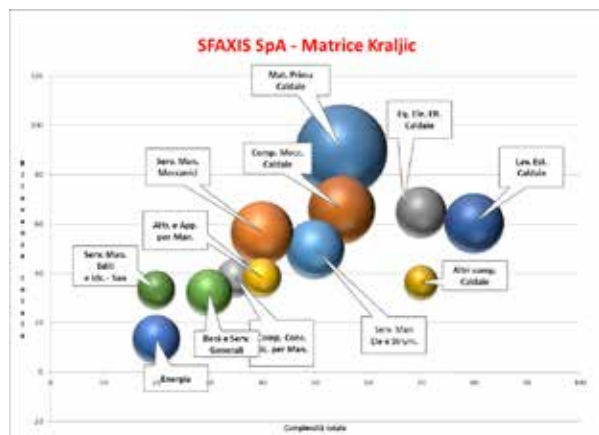
- Il metodo del costo totale di fornitura
- Individuazione delle componenti di costo
- Costi Logistici:
 - expediting e collaudi
 - trasporti e imballaggi
 - scorte e magazzino
- Costi accessori:
 - oneri finanziari, garanzia e assicurazioni
 - ricambi e assistenza
 - non qualità
 - dazi, dogane e fluttuazioni valutarie
 - qualificazione del fornitore, certificazione e autorizzazioni
 - formazione
 - sicurezza, ambiente e responsabilità sociale
 - penali e fidejussioni
- Costi occulti:
 - autofornitura
 - smaltimenti
 - danni
 - durata della fornitura
- Costi di struttura della funzione acquisti e delle altre funzioni
- La comparazione delle offerte fondata sul costo totale di fornitura.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 11 febbraio Bologna
• 7 ottobre Milano
• 31 maggio Padova

QUALI CATEGORIE MERCEOLOGICHE TRATTI?

Essere buyer richiede conoscenza dei processi d'acquisto ed anche conoscenze specifiche legate alla categoria merceologica trattata. Che si tratti di beni o di servizi, di acquisti diretti o indiretti, ti offriamo una panoramica di corsi per supportarti in modo specifico.



Sei un buyer senior ma hai bisogno di formarti rapidamente su una nuova merceologia che ti è stata assegnata ?

Frequenta un nostro **MODULO DI APPROFONDIMENTO MONOTEMATICO** e scopri le caratteristiche di mercato e le soluzioni d'acquisto ricorrenti.

Conosci bene la categoria che acquisti ma vorresti confrontarti con un esperto e con colleghi provenienti da altre aziende ?

Iscriviti ai nostri corsi in **AULA TRADIZIONALE**

301 GUIDA ALL'ACQUISTO DEGLI INDIRETTI

Elementi e soluzioni ricorrenti nell'acquisto di beni e servizi indiretti

L2 WEBINAR

Nell'acquisto di materiali indiretti il buyer si trova a dover approvvigionare un elevato numero di referenze per importi medio bassi. In questi casi determinante è l'adozione di prassi e strumenti che assicurino le forniture, ciononostante, l'efficiamento del processo può portare a una ricaduta significativa sul risultato complessivo aziendale, sia in termini di potenziale risparmio conseguibile sia in termini di miglioramento del livello di servizio e dell'efficacia organizzativa. Ormai affidare a terzi l'esecuzione di servizi un tempo gestiti con personale interno è una prassi consolidata. È per questo che ogni buyer deve conoscere le specificità dell'acquisto di servizi per garantire un adeguato livello di servizio e contenere la riduzione dei costi totali.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il portafoglio acquisti di beni e servizi indiretti: composizione, parametri per la sua classificazione
- Materiali indiretti: caratteristiche ricorrenti, approcci per assicurare efficienza al processo d'acquisto ed esempi di soluzioni adottabili e loro vantaggi
- Servizi indiretti: tipologie principali, specificità dell'acquisto di servizi, focus su aspetti principali dell'outsourcing dei servizi: costi-benefici, prerequisiti, ostacoli, scelta del provider, Service Level Agreement, gestione del contratto.

Durata
1 webinar da 3 ore

Edizioni
• 22 febbraio
• 20 settembre

302 LEASE OR BUY

Come orientarsi fra noleggio e acquisto

L2 WEBINAR

OBIETTIVI

- Conoscere il diverso impatto economico-finanziario legato ad acquisto o noleggio
- Comprendere pro e contro connessi alle opzioni di acquisto e di noleggio
- Esaminare alcuni trend di mercato sul tema

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Differenza fra costo ed investimento
- Il criterio del NPV (Net Present Value) per la valutazione di un investimento
- Come redigere la valutazione economico-finanziaria in caso di acquisto e di noleggio
- Ulteriori aspetti che concorrono alla scelta
- Presentazione di casistiche per specifiche categorie (software, macchine da ufficio, macchine per la movimentazione di magazzino, auto...)

Durata
1 webinar da 3 ore

Edizioni
• 29 marzo
• 16 novembre

303 LABORATORIO DI GARA PER L'APPALTO DI UN SERVIZIO

Le regole d'oro e gli errori da evitare nell'assegnazione di un appalto

L2

L'acquisto di alcuni servizi e/o beni può presentare una complessità che richiede una specializzazione che va oltre le tradizionali competenze dei buyer, della conoscenza del mercato e della capacità negoziale. Si pensi a casi, come quelli relativi agli appalti di servizi, per i quali nel processo di approvvigionamento si inseriscono, a vario titolo, figure professionali con cui il buyer non può fare a meno di interloquire e di relazionarsi come il RSPP, il tecnico impiantista, il collega dell'ITC o l'esperto legale. In questi casi il buyer non è più solo un cacciatore di saving ma è chiamato a calarsi in un nuovo ruolo: quello di gestore del processo di gara, per il quale deve dotarsi di competenze specifiche. Questo laboratorio vuole contribuire al consolidamento di queste competenze, fornendo una serie di suggerimenti, consigli e strumenti pratici che consentiranno di adattare alle varie realtà aziendali dei partecipanti le modalità operative per condurre in modo adeguato una gara per l'assegnazione di un servizio o di una fornitura di beni.

OBIETTIVI

- Conoscere e padroneggiare le diverse fasi di una gara d'appalto, discutendone in modo critico le specificità
- Valutare i punti critici connessi con l'assegnazione di un appalto ed individuare le possibili azioni per la loro gestione
- Ridurre il rischio d'impresa attraverso il monitoraggio delle attività prima, durante e dopo la gara.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

Esercitazione: gara per l'aggiudicazione di un servizio manutentivo. Il lavoro della giornata prevede che ciascun partecipante sviluppi tutte le attività operative legate alla preparazione ed alla gestione della gara, dalla definizione del fabbisogno fino alla firma del contratto. L'attività verrà svolta in piccoli gruppi, ciascuno dei quali avrà a disposizione tutto ciò che realmente si utilizza in azienda per una gara: capitolato d'appalto, offerte, moduli, condizioni generali, allegati contrattuali... Durante lo sviluppo dell'esercitazione verranno approfonditi i seguenti temi:

- la relazione con il cliente interno e con altri enti aziendali coinvolti
- il processo di selezione dei fornitori da interpellare
- i supporti documentali necessari
- i tempi e le attività da svolgere
- il valore aggiunto creato dall'opera professionale del Procurement.

Il corso prevede una sessione di follow up post aula della durata di 1 ora per un supporto on the job

Durata
1 giornata

Edizioni
• 18 marzo Milano
• 30 ottobre Milano

304 FLEET MANAGEMENT

Gestire la flotta dei veicoli aziendali fra costi e servizi

L3

Il corso è rivolto sia alla funzione Acquisti sia ai Servizi Generali (Fleet Managers) e approfondisce i temi chiave della ricerca e qualificazione dei fornitori, delle tipologie di contratto da usare e delle tecniche negoziali in ambito fleet. Inoltre fornisce una serie di indicazioni operative sulla gestione di Parchi Auto anche di grandi dimensioni (>500).

OBIETTIVI

- Apprendere le nozioni e le informazioni necessarie per individuare il metodo di gestione della flotta aziendale più adeguato alla propria azienda. Il noleggio a lungo termine (NLT) è infatti solo uno dei metodi
- Conoscere i sistemi di ricerca, selezione e qualificazione dei fornitori di NLT e le metodologie per la loro gestione e valutazione
- Apprendere le tecniche della creazione e della negoziazione del contratto di NLT

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Acquisto o Noleggio a Lungo Termine (NLT)?
Nella gestione dei grandi parchi auto (oltre 300-500 veicoli) ma anche medi e piccoli (qualche decina) uno dei primi quesiti che ci si pone è: conviene l'acquisto o il noleggio?
- Noleggio a Lungo Termine: Rischi e Problemi Operativi
La formula del Noleggio a Lungo Termine (NLT) riduce molti dei problemi/costi che si hanno in caso di acquisto ma non elimina tutti i rischi. La trattazione include la descrizione dettagliata delle principali problematiche operative e dei costi occulti dell'NLT
- Noleggio a Lungo Termine: Soluzioni ai Problemi e riduzione dei Rischi
Tutti i problemi/rischi descritti sopra possono essere minimizzati, se non eliminati completamente, adottando opportune precauzioni
- Noleggio a Lungo termine: Gestione operativa del Parco Auto (Fleet management)
Indicazioni pratiche per la gestione operativa quotidiana di parchi auto anche molto elevati (oltre 500 veicoli) in modalità NLT
- Noleggio a Lungo Termine: Impostazione della Gara per il servizio NLT (definizione della Car List, capitolato, negoziazione, contratto)
Consigli e di indicazioni operative utili per gestire al meglio una Gara tra Fornitori del servizio NLT: scouting preliminare (definizione Car List), definizione capitolato, matrici di percorrenza, gestione gara/negoziazioni, contratto
- Gestione Fornitori NLT: rischi e difese
Sintesi dei principali rischi di aumento di costi dovuti sia al comportamento "leggero" dei Driver sia a quello "volontario" dei Fornitori. Definizione delle strategie di difesa più appropriate.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 5 marzo Torino
• 11 aprile San Miniato (PI)
• 23 settembre Milano

305 ACQUISTI IT

Le specifiche degli acquisti di hardware, software e consulenze IT

L2

L'acquisto di prodotti e servizi di Information Technology (IT) si caratterizza come un'attività ad elevata complessità. Si tratta infatti di un processo che richiede l'impiego di competenze e strumenti specifici che devono essere condivisi con differenti soggetti all'interno dell'azienda. Per muoversi in modo efficace in questo ambito i compratori devono adottare un approccio che tenga conto di ogni variabile in gioco e delle leve a loro più favorevoli.

OBIETTIVI

- Approfondire le specificità della gestione di un acquisto IT
- Analizzare le attività e i processi necessari per la valutazione e la selezione di fornitori IT
- Esaminare una metodologia pratica di valutazione e selezione di fornitori IT
- Condividere esempi di strumenti pratici.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Specificità della gestione di un acquisto IT. La differenza tra creazione e assicurazione del valore: differenti approcci per forniture e servizi IT:
 - impostazione e gestione di una gara
 - predisposizione della documentazione per muoversi in un contesto competitivo: schemi di capitolato
 - i requisiti della fornitura/servizio: come interagire nella loro raccolta e ottimizzazione
 - i livelli di servizio: quali considerare, come misurarli, quanto possono essere stringenti
 - l'opportunità di inserire le penali: valutazione di costi e benefici
 - i termini e le condizioni specifiche per forniture IT
 - possibili modalità di presentazione della "gara" ai fornitori e supporto ai chiarimenti
 - raccolta, analisi e valutazione delle risposte: il modello di valutazione e la griglia di valutazione
 - la strategia di negoziazione e l'assegnazione della fornitura
- Il processo di miglioramento continuo e l'archiviazione della documentazione
- Le competenze indispensabili e quelle ausiliarie o specialistiche, eventualmente esternalizzabili
- Condivisione esempi di strumenti utilizzabili nelle varie fasi del processo d'acquisto.

"Corso super concreto. Docente che sa tanto di IT ma che non parla nel linguaggio degli informatici bensì in quello dei professionisti degli acquisti. Materiali ottimi che coprono ogni aspetto"

Matteo Musella,
Head of Purchasing and Innovation
COLAS Rail Italia SpA

Durata
1 giornata

Edizioni
• 5 marzo Milano • 4 novembre Milano

306 ACQUISTI DI LAVORAZIONI MECCANICHE

Corso tecnico di preventivazione rapida di componenti a disegno realizzati per asportazione truciolo, lavorazioni di carpenteria e montaggio

L2

L'approvvigionatore che opera nel settore delle lavorazioni meccaniche si confronta continuamente con le offerte ricevute dai fornitori, delle quali deve valutare l'appropriatezza del prezzo offerto. Per svolgere questa attività è necessario che il compratore sia in grado di effettuare l'analisi costi dei componenti. Questo corso illustra le tecniche per farlo esaminando sia fattori quantitativi (tempi di lavorazione e quantità di materiali e di trattamenti) sia fattori di costo (tariffe orarie delle lavorazioni e costi unitari dei materiali). In aula verranno esaminate tecnologie, metodi utilizzati e mercati di approvvigionamento così da guidare i partecipanti, in modo operativo, verso l'acquisizione progressiva di una conoscenza essenziale della professionalità dell'approvvigionatore che opera nel mercato delle lavorazioni meccaniche. Questo percorso è dedicato a buyer e tecnologi di aziende manifatturiere.

OBIETTIVI

- Far conoscere ai partecipanti le tecniche più avanzate di analisi costo delle parti meccaniche sia attraverso nozioni teoriche che numerose esercitazioni pratiche
- Imparare a valutare in modo analitico le offerte dei fornitori per poterle trattare
- Familiarizzare con i metodi e gli strumenti di preventivazione rapida per essere subito pronti a mettere in pratica le tecniche proposte.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le basi per la preventivazione:
 - i costi e le quantità
 - cenni di economia aziendale: contabilità analitica e generale, conto economico
 - classificazione dei costi, analisi dei prezzi e dei fattori di costo
 - sviluppo, tempificazione e valorizzazione del ciclo ottimale di lavorazione
 - fattori di costo e l'analisi del loro trend sui diversi mercati mondiali
 - esempi ed esercitazioni operative di preventivazione su casi reali
- Strumenti di supporto e database necessari per una preventivazione rapida:
 - matrice dei prezzi di acquisto, creazione e impiego nella preparazione e nella conduzione delle trattative di acquisto, nei long term agreement e nelle revisioni prezzi
 - budget tecnico, budget operativo e azioni per ridurre il costo
 - preventivazione rapida: database necessari ed esempio di SW di supporto
 - Esercitazioni operative su casi reali
- Metodi e strumenti informatici di preventivazione rapida:
 - il sistema dei tempi sintetici: tabelle parametriche e grafici di correlazione
 - il sistema dei codici tecnologici per l'organizzazione e la gestione delle informazioni tecniche
 - criteri di preventivazione per lavorazioni per asportazione truciolo, lavorazioni di carpenteria, montaggi (a banco e in area)
 - impiego della preventivazione rapida nello sviluppo prodotto: elementi di value engineering
 - Esercitazioni operative su casi reali.

Durata
3 giornate

Edizioni
• 4-7-8 marzo Bologna • 16-19-20 settembre Bologna

307 ACQUISTI DI LAVORAZIONI PLASTICHE 1

Corso tecnico di preventivazione rapida di componenti realizzati con materiali plastici

L2

Un'esigenza comune di chi acquista particolari a disegno realizzati con materiali plastici è quella di essere in grado di valutare i prezzi offerti dai fornitori così da garantire acquisti economicamente vantaggiosi per la propria azienda. Per farlo il buyer devono seguire la stessa metodologia che applicano i preventivisti dei fornitori quando rispondono alle loro richieste d'offerta.

La metodologia da applicare è quella dell'analisi costo che, attraverso un approccio breakdown, individua i driver che influenzano i costi di realizzazione dei particolari plastici.

I risultati dell'analisi forniscono una valutazione quantitativa che risulta utile sia per negoziare con i fornitori sia per supportare chi si occupa di sviluppo prodotto in ottica design to cost.

OBIETTIVI

- Apprendere le tecniche di analisi costo e la loro declinazione nel caso di oggetti in plastica ottenuti per stampaggio ad iniezione o con altre lavorazioni
- Saper determinare il costo di un oggetto ottenuto per stampaggio plastica mediante l'applicazione dei metodi di preventivazione rapida
- Imparare a valutare in modo analitico le offerte dei fornitori per poterle trattare.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le basi per la preventivazione:
 - cenni di economia aziendale
 - terminologia e classificazione dei costi
 - punto di pareggio e margine di contribuzione
 - analisi dei prezzi e fattori di costo
 - cenni di analisi del lavoro
- Esercitazione di analisi di un ciclo di fabbricazione di stampaggio plastica
Durante l'esercitazione verranno esaminati tempi di set up, tempi di stampaggio, numero figure, recupero sfridi, rifiniture manuali e altri driver di costo
- Strumenti di supporto e database necessari per una preventivazione rapida:
 - tabelle delle tariffe orarie di lavorazione, con un focus su presse di stampaggio plastica
 - Esercitazione di analisi delle tariffe orarie dei fornitori
- Impiego della analisi costo nella riduzione costi: cenni di Value Management.

**PER CHI FOSSE INTERESSATO AD APPROFONDIRE
GLI ASPETTI CONTRATTUALI DELLE RELAZIONI CON I
FORNITORI DI LAVORAZIONI A DISEGNO SI SEGNA LA
IL SEGUENTE CORSO:
703 IL CONTRATTO DI SUBFORNITURA**

Durata
2 giornate

Edizioni
• 20-21 maggio Milano

308 ACQUISTI DI LAVORAZIONI PLASTICHE 2

Gestire la relazione con il fornitore e comprendere il mercato dei polimeri

L3

NEW

Per alcune aziende la categoria d'acquisto dei componenti realizzati in materiali plastici è una categoria sulla quale si possono giocare importanti risultati in termini di saving, di qualità, di alternative di fornitura e di innovazione.

Per esprimere al massimo le potenzialità di acquisto è utile che il buyer, accanto alla conoscenza dei processi produttivi e della metodologia per verificare la congruenza dei prezzi quotati dai fornitori, sappia leggere le dinamiche di mercato dei polimeri e dei loro derivati e sappia gestire adeguatamente sia il singolo contratto sia la relazione complessiva con il fornitore.

Questo corso, si pone dunque come modulo integrativo al corso 307, che è invece focalizzato sugli aspetti della preventivazione e del ciclo produttivo. Un manager, con una lunga esperienza nell'acquisto di componenti plastici ne presenterà le specificità d'acquisto, gli errori da evitare, le clausole contrattuali da non dimenticare ed i suggerimenti per poter sfruttare la potenzialità dei fornitori in termini di miglioramento progetti e di ricerca dei saving.

OBIETTIVI

- Esaminare con un manager esperto le best practice relative alla gestione dell'intero processo d'acquisto di componenti plastici
- Comprendere le dinamiche del mercato delle plastiche e le metodologie per prevederne l'evoluzione così da poter impostare scelte d'acquisto adeguate.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le specificità del processo d'acquisto dei componenti plastici, dall'insorgenza del fabbisogno al miglioramento continuo della fornitura:
 - ripensare al fabbisogno fra ipotesi quantitative, scelte di materiali sostitutivi, early involvement e progetti di analisi del valore
 - criteri per la scelta di fornitori
 - impostazione del processo di richiesta delle offerte e/o della gara: prescrizioni da dare ai fornitori ed altre indicazioni indispensabili
 - la valutazione delle offerte fra formule, software di preventivazione e benchmark dei prezzi
 - negoziare sulla base delle informazioni sull'andamento del mercato
 - le clausole contrattuali che non possono mancare (gestione stampi, aggiornamento progetto, livelli difettosità ammessi, gestione materiale e scarti, distinzioni necessarie fra preserie e mass production, ...)
- Il mercato dei materiali plastici:
 - passi per l'analisi del mercato di fornitura
 - l'acquisto di ricerche di mercato.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 26 giugno Padova • 11 novembre Milano

309 IL MERCATO DELL'ENERGIA: POLITICHE E TECNICHE D'ACQUISTO

L'approccio al mercato complesso delle utility energetiche

L2

L'acquisto di energia avviene in un mercato complesso e in continua evoluzione, dove la "gara" avviene in modalità non tradizionali. La conoscenza del mercato dei player e delle tecniche di acquisto consentono il realizzo di significative efficienze economiche solo se accompagnate da una adeguata politica di gestione della domanda interna di energia. Solo la somma di questi due diversi approcci permette infatti il consolidamento di un progetto di acquisto energetico proficuo

Il corso si rivolge sia a personale operante nella funzione acquisti sia a impiegati tecnici di aziende di vari comparti che hanno necessità di individuare corrette metodologie per la gestione delle utility energetiche.

OBIETTIVI

- Imparare le dinamiche del mercato dell'energia per poter negoziare condizioni di acquisto migliori
- Familiarizzare con le modalità di contenimento dei consumi
- Valutare la gestione dell'energia in un'ottica diversa da quella unica del prezzo
- Districarsi tra le varie tipologie di offerte valutando correttamente i capitolati di fornitura
- Ponderare il rischio di acquisto dell'energia per la propria azienda ponendo la propria figura su procedure operative corrette

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il Mercato elettrico:
 - contesto nazionale ed internazionale
 - principali competitors e relazioni/rapporti di forza
 - gli attori presenti sul mercato
- La borsa elettrica:
 - descrizione e funzionamento (GME, GSE, AU)
 - composizione del mercato ad oggi, il ruolo dell'Autorità
- La strategia di acquisto: gestione del prezzo e gestione del rischio
- Metodologie per la preparazione ed emissione delle richieste di offerta
- La lettura delle bollette di fornitori diversi
- Principali modalità di gara utilizzate da grandi e medie imprese (pubbliche e private)
- Struttura prezzi e qualità nel settore
- La bolletta elettrica: componenti del costo finale
- Analisi di consumi e promozioni
- Il mercato del gas
 - contesto nazionale ed internazionale, composizione del mercato ad oggi
- I gruppi di acquisto di energia elettrica: principali esempi e modalità operative
- Politiche di riduzione dei costi dell'energia, principali tecnologie in uso
- L'opportunità costituita dalle energie rinnovabili: analisi, politiche di scelta, fattori commerciali
- Esercitazione e Case study.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 28 marzo Milano
• 11 ottobre Napoli

310 LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI PUBBLICI NEGLI ENTI LOCALI

Evoluzione della materia in relazione ai nuovi modelli di centralizzazione dei processi di acquisto previsti dalle norme sulla PA

L3

NEW

A valle degli ultimi aggiornamenti legislativi in materia di appalti pubblici, che puntano su centrali di committenza e soggetti aggregatori per riuscire a ridurre il numero di stazioni appaltanti, emergono profondi interrogativi per gli enti locali ed in particolare per i comuni non capoluogo di provincia sul proprio ruolo di "amministrazione aggiudicatrice", che deve essere focalizzato maggiormente sulla programmazione/formulazione dei fabbisogni e sulla gestione dei contratti.

DESTINATARI

Il corso è rivolto ai soggetti che a vario titolo partecipano alla gestione dei processi di approvvigionamento degli enti locali che operano attraverso centrali di committenza o qualsivoglia soggetto aggregatore.

OBIETTIVI

Affrontare la gestione dei processi di approvvigionamento negli enti locali in applicazione delle nuove normative in materia di appalti nella PA, fornendo ai partecipanti elementi di riflessione in merito agli aspetti di maggior criticità operativa e spunti sulle "best practices" del settore privato.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- I principi relativi all'affidamento di contratti pubblici
- Il Sistema di qualificazione delle stazioni appaltanti
- Le macro fasi del processo di approvvigionamento – gli attori del processo
- Il ruolo dei soggetti aggregatori a supporto delle Stazioni appaltanti
- Il ruolo dell'ANAC
- I requisiti sulla trasparenza negli appalti pubblici
- Le figure interne alla stazione appaltante (RUP, DEC, ecc.)
- La pianificazione, programmazione e progettazione degli appalti
 - il budget degli approvvigionamenti
 - la classificazione degli appalti attraverso la matrice di Kraljic
 - la progettazione dell'acquisto in congiunzione con il soggetto aggregatore
- La qualificazione dei fornitori e la verifica dei requisiti generali e speciali
- La scelta della modalità di affidamento in congiunzione con il soggetto aggregatore
- La gestione della gara d'appalto in congiunzione con il soggetto aggregatore
- L'esecuzione del contratto di appalto e la gestione del contenzioso
 - il collaudo negli appalti pubblici
 - la gestione del contenzioso in congiunzione con il soggetto aggregatore
 - la revoca in autotutela.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 21-22 febbraio Roma
• 21-22 novembre Milano

311 LA GESTIONE DEGLI ACQUISTI PUBBLICI NELLE SOCIETA' PUBBLICHE E PARTECIPATE

La gestione operativa degli appalti pubblici fra quadro normativo della PA e best practice

L2

NEW

Il corso vuole affrontare in chiave operativa le criticità applicative dell'azienda pubblica che deve contemperare le logiche di efficientamento e di miglioramento delle prestazioni con il rispetto delle norme di legge e delle loro complesse evoluzioni. Dopo l'approvazione del nuovo codice appalti, ad oggi risultano ancora mancanti alcuni provvedimenti attuativi e non esiste una disciplina consolidata sulle modalità di attuazione di molte tra le innovazioni previste dal codice.

Nell'ottica di perseguire l'obiettivo del legislatore di razionalizzare il processo di approvvigionamento, introducendo moderni strumenti di gestione e assicurando la trasparenza dell'azione amministrativa, il corso focalizza l'attenzione su una buona e sana pratica degli acquisti offrendo chiavi di accesso ai risvolti del disposto legislativo.

DESTINATARI

Il corso è rivolto ai soggetti che a vario titolo partecipano alla gestione dei processi di approvvigionamento nelle società pubbliche e partecipate, soggette all'applicazione della normativa sugli appalti pubblici.

OBIETTIVI

Provvedere alla gestione dei processi di approvvigionamento nelle società di matrice pubblica, in applicazione delle nuove normative in materia di appalti nella PA, contemperando le "best practices" del settore privato con l'applicazione dei requisiti di legge.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

MODULO 1:

- I principi relativi all'affidamento di contratti pubblici
- Il Sistema di qualificazione delle stazioni appaltanti
- Le macro fasi del processo di approvvigionamento – gli attori del processo
- Il ruolo dell'ANAC
- I requisiti sulla trasparenza negli appalti pubblici
- Le figure interne alla stazione appaltante (RUP, DEC, ecc.)
- La pianificazione, programmazione e progettazione degli appalti:
 - il budget degli approvvigionamenti
 - la classificazione degli appalti attraverso la matrice di Kraljic
 - la progettazione dell'acquisto

MODULO 2:

- La qualificazione dei fornitori, la gestione dell'albo, la verifica dei requisiti generali e speciali:
 - i requisiti degli operatori economici
 - organizzare il processo di qualifica dei fornitori
 - la gestione dei fornitori con i moderni strumenti digitali
- La scelta della modalità di affidamento:
 - le procedure di appalto
 - criteri di aggiudicazione
 - l'istituto dell'avvalimento
 - le forme di aggregazione degli operatori economici

MODULO 3:

- La gestione della gara d'appalto:
 - redazione del bando e del disciplinare
 - la scelta della Commissione di gara
 - il sistema AVCPass e le verifiche di idoneità dei concorrenti
 - la verifica di congruità dell'offerta
- L'esecuzione del contratto di appalto e la gestione del contenzioso:
 - la gestione del subappalto
 - il collaudo negli appalti pubblici
 - La gestione del contenzioso
 - La revoca in autotutela



Durata
3 giornate

Edizioni
• 8-30-31 maggio Milano
• 11-26-27 settembre Roma

CRM PERCORSO PER RESPONSABILE DI MAGAZZINO

Le competenze per la gestione efficace di un plant logistico

L2 NEW

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- La logistica per il conseguimento degli obiettivi aziendali
- La mappatura dei processi logistici
- La misurazione della performance
- Le scorte caratteristiche e gestione
- Esercitazioni pratiche
- Aspetti legali della logistica
- La sicurezza dal punto di vista del preposto di magazzino

SCHEDA COMPLETA,
PROGRAMMA E DETTAGLI
A PAGG. 18-19

Durata

3 giornate

• 6-19-20 marzo MI

• 9-10-24 ottobre MI

ALG PERCORSO ACQUISTI E LOGISTICA GLOBALI

Gli elementi tecnici per cogliere le opportunità dei mercati globali

L3 NEW

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Filiere di fornitura internazionali
- Costi e rischi connessi alla scelta degli incoterms
- La stima corretta del landed cost
- Aspetti doganali e fiscali per l'ottimizzazione degli acquisti
- La ricerca di vantaggi finanziari offerti dai regimi doganali
- Il mercato del trasporto internazionale
- La progettazione di filiere internazionali

SCHEDA COMPLETA,
PROGRAMMA E DETTAGLI
A PAGG. 20-21

Durata

3 giornate

Edizioni

• 22-23 maggio • 3 giugno Milano
• 6-7-29 novembre Milano

401 ACQUISTI DI TRASPORTI

Come bilanciare costi e servizio logistico

L2

Nell'ambito dell'attività della logistica i trasporti rivestono un ruolo particolare: da un lato la loro efficienza è essenziale per garantire un sistema di approvvigionamento sicuro e regolare dei materiali e dei componenti di produzione e dall'altro costituiscono un capitolo d'acquisto di grande rilevanza economica che deve essere gestito e trattato con grande attenzione. Il corso è dedicato ad entrambi questi aspetti: alla determinazione della qualità del servizio reso, alla ricerca e alla qualifica dei fornitori di trasporti, alla strutturazione del contratto, alla negoziazione del contratto con uno specifico riferimento all'analisi dei costi industriali dei servizi di trasporto.

OBIETTIVI

- Fornire gli strumenti per la ricerca e la qualificazione dei fornitori di trasporti
- Conoscere i fondamentali legislativi e normativi del settore
- Apprendere le tecniche specifiche della negoziazione di un contratto di trasporto

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Diverse tipologie di attori nel sistema dei trasporti
- Composizione del costo industriale dei servizi di trasporto
- Fasi del processo di acquisto
- Identificazione di nuovi potenziali fornitori: ricerca e qualificazione
- Approccio strategico al mercato: classificazione dei servizi mediante la matrice di Kraljic
- Gestione dell'Albo Fornitori e sua segmentazione
- Modalità e tecniche di negoziazione in relazione alle condizioni del mercato: trattativa frontale, telefonica, via mail, borse noli, tender tradizionale, tender via web
- Vantaggi e rischi dell'e-sourcing
- Ottimizzazione dei trasporti attraverso un'attenta pianificazione
- Come affrontare gli extra costi che impattano nel costo di trasporto
- Aspetti legali del trasporto merci in Europa (come da programma corso 402)
 - la normativa di riferimento
 - le principali clausole contrattuali
 - adempimenti operativi
 - controversie
- Cenni al quadro normativo che regola i trasporti extraeuropei
- Testimonianza di un manager su un caso aziendale

Durata

2 giornate

Edizioni

• 12-13 marzo Milano
• 12-13 novembre Bologna

402 ASPETTI LEGALI DELL'AUTOTRASPORTO IN EUROPA

Esame della normativa di riferimento e delle principali clausole contrattuali

L2 NEW

Nella strutturazione di un contratto di autotrasporto, gli aspetti tariffari costituiscono sempre un elemento di grande attenzione per ogni buyer di trasporti, ma oggi più che in passato è necessaria la conoscenza dei fondamentali legislativi e normativi del settore per assicurare condizioni contrattuali a garanzia dei livelli di servizio desiderati e per non esporre l'azienda a rischi spesso sottovalutati dagli operatori.

OBIETTIVI

- Esaminare le principali clausole di un contratto di autotrasporto per saperle correttamente impiegare e declinare in fase di contrattualizzazione di un vettore
- comprendere obblighi, diritti e rischi derivanti dalla firma di un contratto di trasporto e da una sua gestione non conforme al quadro normativo di riferimento

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il quadro normativo di riferimento per l'autotrasporto
 - il disposto normativo nazionale (dal codice civile alle più recenti leggi di stabilità)
 - le convenzioni internazionali fra stati
- Le principali clausole contrattuali
 - oggetto del servizio
 - scelta della forma
 - responsabilità delle parti e limiti
 - determinazione del corrispettivo
 - servizi accessori e livello di servizio
- Adempimenti operativi
 - obblighi di verifica preliminari alla firma del contratto ed in corso di rapporto
 - i casi di corresponsabilità ed il monitoraggio del vettore
 - regole inerenti la gestione delle prese
 - gestione di carico / scarico e fessaggio delle merci, fra operatività, modalità di resa concordate e passaggio di proprietà delle merci
- Controversie
 - i rischi ai quali è esposto un committente
 - approcci per dirimere le controversie nelle relazioni fra vettore, committente, cliente e operatore logistico

Durata

4 ore

Edizioni

• 23 gennaio Padova • 13 marzo Milano

403 LA GESTIONE DEI TRASPORTI E DELLE SPEDIZIONI INTERNAZIONALI DELLE MERCI

Orientarsi fra fornitori, contratti ed operatività

L2

La funzione aziendale dei trasporti e delle spedizioni internazionali assume oggi una valenza sempre più importante in quanto consente l'ottimizzazione di diversi aspetti del commercio internazionale. Appare evidente quanto forte sia la relazione tra questa attività e le altre funzioni della catena logistica di un progetto internazionale, dagli adempimenti contrattuali assunti in sede di trattativa commerciale alle forti connessioni con l'area dei pagamenti internazionali e degli adempimenti doganali. Non da meno, una gestione corretta ed ottimale della funzione trasporti e spedizioni può diventare un'ottima leva di marketing che consente di aumentare la competitività dell'impresa sui mercati internazionali.

OBIETTIVI

- Conoscere i principali aspetti da tenere in considerazione per impostare correttamente e proficuamente le spedizioni internazionali
- Esaminare le disposizioni legislative che influenzano il rapporto con gli operatori del trasporto e delle spedizioni, dalla redazione del contratto di vendita fino alla rendicontazione amministrativa dei servizi di trasporto.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- La consegna delle merci: fattore critico di successo per l'impresa che esporta
- Gli Incoterms 2010 e il contratto di compravendita: massima chiarezza negli accordi
- La funzione trasporti e la relazione con le diverse aree della catena del commercio estero
- Aspetti normativi disciplinanti i trasporti e le spedizioni: il codice civile, il codice della navigazione, le convenzioni internazionali
- Il contratto di trasporto e la figura del vettore
- Il contratto di spedizione e la figura dello spedizioniere
- Obbligazioni e responsabilità del vettore e dello spedizioniere
- Le responsabilità vettoriali ed il risarcimento dei danni
- Scegliere lo spedizioniere più adatto alla nostra spedizione
- Chiedere ed ottenere le quotazioni per i servizi di trasporto e spedizione: il confronto
- La lettera di incarico allo spedizioniere ed i contratti per forniture di servizi continuativi
- Il controllo degli addebiti: come e dove generare risparmi sui costi di trasporti
- La determinazione dei costi del trasporto
- Cenni sulle coperture assicurative
- La fatturazione dei servizi di trasporto ed il riaddebito delle spese di trasporto in fattura
- La gestione degli acquisiti all'estero dal punto di vista doganale: determinazione del valore in dogana, barriere tariffarie e non tariffarie.

Durata

1 giornata

Edizioni

• 18 febbraio Milano • 10 luglio Padova

404 GUIDA AI PRINCIPALI DOCUMENTI DEGLI ACQUISTI INTERNAZIONALI

Una corretta gestione documentale a supporto del processo d'acquisto internazionale

L3

La gestione documentale del commercio estero è un'attività fondamentale per facilitare, o quantomeno non complicare, la gestione dei flussi fisici di merci. Gli ostacoli ad una corretta gestione degli acquisti e in particolare delle importazioni possono essere di diversa natura e, se non correttamente individuati preventivamente, possono compromettere l'ottimizzazione del processo di acquisto.

Il corso intende proporre una panoramica dei principali documenti in uso nel commercio internazionale, con particolare riferimento alle operazioni di acquisto in ambito comunitario e di importazione. Per una migliore gestione di queste ultime, verranno altresì illustrati in dettaglio determinati aspetti della tecnica doganale che possono influire direttamente sulla politica di acquisto dell'azienda.

Il corso è indicato oltre che per chi si occupa di operazioni di import anche per chi si occupa di documenti di esportazione e desidera conoscere in dettaglio i principali documenti in uso nel commercio internazionale e le loro modalità di redazione.

OBIETTIVI

- Conoscere i principali documenti in uso nel commercio internazionale, con riferimento sia ai processi di import che di export.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Comprare all'estero: acquisti intracomunitari ed importazioni
- Adempimenti connessi con gli acquisti all'estero: modelli intrastat e procedure di sdoganamento
- I principali documenti nel commercio internazionale:
 - documenti commerciali
 - documenti di trasporto
 - documenti doganali
- I documenti commerciali: fatture, fatture proforma, DDT, packing list
- I documenti di trasporto:
 - documenti dimostrativi: le lettere di vettura (CMR, AWB)
 - documenti rappresentativi: le polizze di carico e le sue varianti
- I documenti doganali: la bolletta doganale di importazione, il documento di transito T1, certificati di circolazione Eur1, Form A, A.TR
- Le dichiarazioni di lungo termine dei fornitori nazionali e comunitari ai fini dell'origine preferenziale delle merci
- Gli adempimenti doganali per le operazioni di import-export: la codifica doganale delle merci e la corretta determinazione del valore doganale delle merci in dogana
- Analisi della sezione TARIC del sito dell'Agenzia delle Dogane
- Principali istituti per l'esenzione dai dazi e per la regolamentazione dell'Iva in dogana: lettere di intento, deposito doganale e deposito IVA, reintroduzione in franchigia per merci precedentemente esportate dallo stesso soggetto che importa, traffico di perfezionamento)
- Spedizioni vincolate a lettera di credito: indicazioni per l'emissione del mandato alla banca e richiesta dei documenti all'espportatore

Durata

1 giornata

Edizioni

• 17 aprile Milano • 25 settembre Padova

405 GLI ASPETTI DOGANALI E FISCALI NEL COMMERCIO ESTERO

Come orientarsi fra gli adempimenti e le opportunità di maggiore competitività

L3

L'approfondimento intende presentare gli aspetti rilevanti delle operazioni commerciali in ambito comunitario ed il loro riflesso sulle fasi amministrative e fiscali delle imprese, senza tralasciare la politica dell'Unione verso i paesi terzi.

Tutte le volte che le merci si muovono tra paesi diversi, infatti, si mettono in piedi delle operazioni soggette al controllo delle rispettive autorità doganali.

A qualsiasi titolo le merci si muovano devono dare conto a tali autorità dei motivi e di una serie di informazioni fondamentali per poter determinare con certezza gli aspetti tributari prima di tutto ma sempre più spesso anche gli aspetti relativi ad autorizzazioni, licenze, controlli di vario tipo.

OBIETTIVI

- Presentare i principali adempimenti per una corretta gestione delle procedure doganali nell'ambito dei diversi regimi doganali
- Considerare la tecnica doganale come una leva competitiva per l'implementazione di una migliore strategia di import-export.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- La grande famiglia delle operazioni con l'estero: operazioni extraUE e operazioni intracomunitarie
- I riferimenti legislativi: la normativa comunitaria, il DPR 633/72, il DL 331/93
- I regimi doganali: operazioni definitive e temporanee
- Le criticità legate alle operazioni doganali in import ed export
- La classificazione doganale ed i rischi connessi all'imperfetta codifica delle merci
- Il valore in dogana delle merci
- Individuazione e calcolo del dazio all'importazione
- L'informazione tariffaria vincolante
- Gli accordi preferenziali
- Made in ed origine preferenziale: due concetti diversi con regole di determinazione diverse
- I principali documenti doganali
- I regimi doganali economici
- Il traffico di perfezionamento
- L'istituto del deposito doganale
- Le agevolazioni doganali: l'espportatore autorizzato e l'operatore economico autorizzato (AEO).

Durata

1 giornata

Edizioni

• 14 marzo Milano • 29 ottobre Padova

406 OUTSOURCING DI MAGAZZINO

L'impostazione della partnership fra aspetti legali ed operativi

L3-C

NEW

La decisione di avviare una collaborazione per la terziarizzazione delle attività logistiche è una scelta strategica, non reversibile in tempi brevi e che condiziona fortemente il livello di servizio che l'azienda sarà in grado di garantire a reparti interni e mercato. Pertanto, sia che l'outsourcing coinvolga attività complesse sia che interessi semplici attività di movimentazione di magazzino, la scelta di terziarizzare e le modalità per farlo non possono essere dettate e valutate solo sulla base di elementi quali la riduzione e la variabilizzazione dei costi logistici, senza una chiara comprensione dei risvolti legali e contrattuali.

OBIETTIVI

- Comprendere i rischi operativi e contrattuali legati all'outsourcing di magazzino
- Individuare modalità contrattuali in grado di offrire sia una chiara linea guida operativa sia una tutela per l'azienda

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le possibili forme di terziarizzazione della logistica
- La valutazione delle alternative di outsourcing di magazzino fra rischi ed opportunità per una scelta consapevole
- Possibili tipologie di relazione con il fornitore di servizi:
 - i modelli di governance possibili
 - la valutazione della loro coerenza con la strategia e gli obiettivi aziendali
- Le tipologie contrattuali tipiche nei casi di outsourcing di magazzino:
 - il contratto di servizi
 - il contratto di cessione di ramo d'azienda
 - i contratti accessori
- Analisi delle principali clausole di un contratto di outsourcing
- Focus sulla contrattualizzazione del livello di servizio
- Criteri di scelta del fornitore di servizi

Durata

4 ore

Edizioni

• 31 gennaio Milano • 21 ottobre Milano

407 KPI E MONITORAGGIO DELLA FUNZIONE LOGISTICA

Come misurare oggettivamente la performance della funzione

L2

Monitorare le performance della funzione logistica aziendale è il primo passo per identificare le aree di miglioramento e per poter controllare la struttura dei costi che spesso è una voce rilevante del conto economico di un'azienda.

Saper identificare quali sono i KPI più rappresentativi, costruirli ed alimentarli con la corretta periodicità è fondamentale per governare correttamente la funzione e tutti i suoi attori/driver.

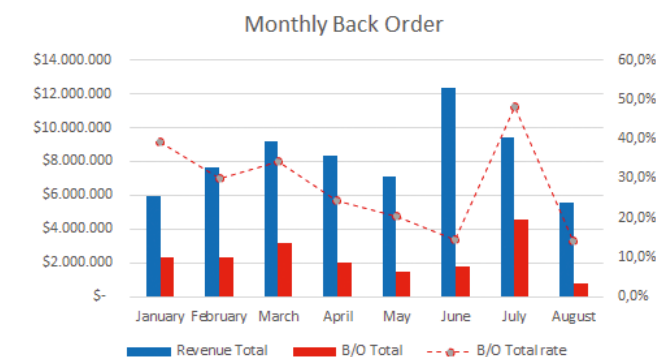
Costruire un cruscotto per comunicare alla direzione aziendale le attività in corso e i miglioramenti ottenuti è un ottimo modo per valorizzare il lavoro svolto e il contributo decisivo che la logistica può dare al risultato aziendale.

OBIETTIVI

- Saper individuare le principali fasi/attività svolte da monitorare
- Selezionare i KPI più adatti alla misurazione delle performance e definirne frequenza e modalità di aggiornamento
- Costruire un cruscotto di sintesi

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Schematizzazione delle principali fasi/attività: inbound, warehousing, outbound, product customization
- Analisi di KPI relativi alle diverse fasi/attività e identificazione di quelli più rappresentativi
- Progettazione della reportistica periodica:
 - finalità alle quali rispondere
 - fonti dati e loro oggettività
 - strumenti utilizzabili
- KPI e motivazione dei collaboratori
- KPI e fornitori logistici: valutazione fornitori, scelta dei livelli di servizio contrattualizzati, gestione dei disservizi, incentivi ed altri possibili risvolti contrattuali



Durata

1 giornata

Edizioni

• 28 febbraio Milano • 25 novembre Milano

408 GESTIONE SCORTE 1

Teoria, modelli ed esercitazioni

L3

Flessibilità del servizio e pronta consegna richiedono una risposta veloce che spesso è possibile solo se la merce (sia in ingresso come materia prima e componentistica sia in uscita come prodotto finito) è presente in azienda. D'altro lato, la scorta rappresenta un immobilizzo che va dimensionato in modo corretto rispetto alle necessità della produzione e alle opportunità del mercato di vendita. Il corso intende fornire gli strumenti pratici per la determinazione dei livelli di scorta ottimali in base alle specifiche esigenze. Il corso avrà un taglio molto pratico, alternando la presentazione della teoria ad esercizi guidati con PC finalizzati alla messa in pratica dei concetti visti.

OBIETTIVI

- Conoscere le principali tecniche di riordino dei materiali e padroneggiarne la loro applicazione
- Capire come individuare le tecniche e le modalità di riordino più adatte a seconda dei casi
- Acquisire strumenti Excel® a supporto della gestione scorte ed impraticarsi nel loro uso.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le motivazioni dietro alle scorte di materiali
- Tecniche ed indicatori per il monitoraggio delle scorte
- Tecniche di riordino dei materiali:
 - gestione materiali a ripristino scorte (punto di riordino)
 - gestione materiali a fabbisogno (MRP)
 - gestione materiali Just In Time
 - tecniche di Vendor Managed Inventory
 - gestione materiali a domanda sporadica
- La scelta della tecnica di riordino più adatta
- La gestione delle scorte come driver per la personalizzazione del servizio al cliente (caso studio)
- Lo stock allocation tra diversi punti vendita (approfondimento settore retail).

Durante la lezione il docente fornirà ai partecipanti degli strumenti realizzati in Excel® per l'esame e la gestione dei livelli di scorta.

Durata
2 giornateEdizioni
• 9-10 aprile Milano • 14-15 novembre Milano

409 GESTIONE SCORTE 2

Come scegliere il metodo di pianificazione scorte più appropriato

L3

WEBINAR

Clients diversi, mercati diversi, prodotti diversi richiedono l'utilizzo di metodi di pianificazione appropriati che garantiscano livelli di servizio elevati e allo stesso tempo, ottimizzino l'impiego del capitale circolante. Tramontata l'era nella quale l'MRP era ritenuto la soluzione unica a tutte le esigenze di gestione dei fabbisogni, è oggi più che mai necessario conoscere le diverse tecniche di pianificazione per poterle applicare agli ambiti ad esse più congeniali. Logica conseguenza di tale attività è la determinazione dei lotti di riapprovvigionamento il cui corretto dimensionamento è troppo spesso considerato come un'attività marginale, condotta in maniera sporadica nei ritagli di tempo o, peggio, solamente nel caso in cui si manifestino anomalie.



PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Come scegliere lo strumento di pianificazione appropriato in base al contesto
- I sistemi di pianificazione time-phased e rate-based
- Il dimensionamento dei lotti di riordino come logica conseguenza della domanda.

Durata

1 webinar da 3 ore

Edizioni

• 3 maggio  • 28 novembre 

410 JIT E KANBAN

Applicazione pratica nella relazione con i fornitori

L3

WEBINAR

Il webinar fornisce strumenti teorici ed esempi di applicazione delle tecniche di gestione dei fabbisogni che vanno sotto il nome di "just in time". Particolare attenzione viene dedicata allo strumento dei cartellini kanban. Partendo dall'analisi delle condizioni ottimali per la loro implementazione, ci si sofferma sui passi necessari per la loro introduzione e, infine, sugli errori più comuni che possono limitarne l'efficacia.


PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- I pre-requisiti per l'implementazione di un sistema JIT
- Le regole per il buon funzionamento del kanban
- Il dimensionamento di contenitori, cartellini a aree di magazzino.

Durata

1 webinar da 3 ore

Edizioni

• 5 febbraio  • 12 giugno 

5 NEGOZIAZIONE E GESTIONE DELLE RELAZIONI

GUIDA AI CORSI SULLA NEGOZIAZIONE

La negoziazione permea in continuo l'attività del buyer, all'esterno con i fornitori ed all'interno dell'azienda con gli enti richiedenti, l'amministrazione e la logistica.

Sebbene alcuni buyer siano dotati di uno spiccato istinto negoziale, per conseguire risultati reali, tangibili e concreti, è indispensabile una educazione costante per trasformare l'istinto in approccio metodologico e in tecnica organizzata.

La nostra proposta corsi è organizzata per favorire l'acquisizione progressiva di elementi tecnici e la loro assimilazione in simulazioni d'aula a difficoltà crescente.

• Corso 501

Un corso sull'iter di preparazione ad una trattativa complessa, guidati dall'esperienza di un manager

• Corso 502

È il corso di ingresso nel mondo della trattativa. È adatto ai buyer che non hanno mai seguito corsi di questo settore, agli addetti alle attività di procurement e a tutti coloro che in azienda si trovano nella necessità, anche saltuariamente, di trattare con i fornitori (addetti e responsabili alla gestione dei contratti, addetti di enti aziendali dotati di facoltà di spesa, etc.)

• Corso 503

Si tratta del corso che completa le nozioni acquisite con il corso precedente, permettendo ai partecipanti di penetrare il mondo della comunicazione, degli aspetti comportamentali e dei giochi tattici, per trarre il massimo dal momento negoziale

• Corso 504

Il corso profilato per senior buyer, category manager e responsabili di funzione che abbiano già maturato esperienza negoziale e che vogliano confrontarsi in quattro workshop in cui competenza, astuzia e tenacia negoziale verranno saggiate in simulazioni realistiche e impegnative.

• Corsi 505 e 506

Due corsi altamente specializzati per l'affinamento delle capacità negoziali con fornitori appartenenti ad altri paesi e altre culture. In particolare il corso 506 sulla negoziazione in lingua inglese consente al buyer di acquisire il vocabolario e le modalità necessarie per condurre una trattativa con fornitori stranieri.

501 CORSO AVANZATO DI PREPARAZIONE ALLA TRATTATIVA

Vademecum propedeutico alla conduzione di trattative complesse

L3

Il responsabile o il senior buyer al quale è richiesta la conclusione di trattative di alto valore economico o di alta rilevanza tecnico-qualitativa, sa che il risultato dipende per buona parte dalla preparazione e dalla pre-negoziazione, nel corso delle quali si pongono in evidenza le criticità e se ne avvia la discussione preliminare con il fornitore. L'iter di preparazione a una trattativa complessa è estremamente laborioso poiché richiede l'analisi di molti e diversi aspetti di natura tecnica, contrattuale, di mercato, congiunturali, di valutazione della fornitura e del fornitore, di costruzione dello staff negoziale e di affinamento degli strumenti di monitoraggio dei risultati dell'evento negoziale. Il corso passa in rassegna i macrotemi da esaminare per definire gli obiettivi negoziali, impostare la strategia negoziale più adeguata ed individuare le possibili soluzioni contrattuali percorribili. Grazie all'esperienza pluriennale del docente nella conduzione di trattative complesse, i partecipanti avranno modo di apprendere metodologie collaudate da applicare anche in situazioni "difficili" come quelli con fornitori dominanti o non facilmente sostituibili o in contesti internazionali culturalmente distanti dal nostro.

OBIETTIVI

- Individuare gli elementi chiave da inserire nella check list negoziale
- Dibattere su possibili obiettivi negoziali ed allenarsi nella loro definizione
- Acquisire le competenze necessarie a definire la strategia negoziale

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Analisi avanzata della fornitura oggetto di trattativa:
 - esame del posizionamento della fornitura all'interno del portafoglio acquisti aziendale e possibile modifica del suo posizionamento sulla matrice di Kraljic
 - definizione di un target-price razionale
 - analisi di Total Cost of Ownership per la definizione del paniere di beni e servizi accessori da inserire nel contratto d'acquisto
- Analisi avanzata del fornitore:
 - la dominanza assoluta o relativa
 - la sostituibilità
 - lo status della relazione: nuovo fornitore, fornitore abituale, partner
- Definizione degli obiettivi negoziali e delle possibili alternative
- Impostazione della check list negoziale come guida alla trattativa ed alla progressiva definizione degli aspetti contrattuali:
 - scopo della fornitura, livelli di servizio, garanzie
 - aspetti economici e finanziari, condizioni di recesso e di rinnovo
 - altre condizioni
- Definizione della strategia negoziale:
 - configurazione della modalità negoziale: tradizionale o elettronica, conflittuale collaborativa...
 - definizione dello staff negoziale
- Monitoraggio della trattativa e lesson learnt.

Durata
1 giornataEdizioni
• 14 giugno Milano • 13 dicembre Milano

502 NEGOZIAZIONE 1: LA TRATTATIVA D'ACQUISTO

I contenuti fondamentali per condurre e concludere una trattativa d'acquisto

L2

Secondo Robert Fisher dell'Università di Harvard il 68% delle trattative si conclude con un accordo spesso non soddisfacente, causa impreparazione ed errori tattici. La trattativa conclude il processo d'acquisto e deve pertanto consolidare gli obiettivi di costo, qualità e di livello di servizio previsti. Negoziatori eccellenti non si nasce, si diventa attraverso l'esperienza, la capacità di analisi e acquisendo i modelli negoziali vincenti che permettono di padroneggiare il processo e le dinamiche della trattativa. Un buon compratore deve saper coniugare tattica, comunicazione e fattori di natura tecnico-economica e impostare la trattativa massimizzando il valore aggiunto per la propria impresa. Allo scopo di facilitare la comprensione e la trasferibilità dei concetti proposti verranno effettuate numerose esercitazioni e simulazioni.

OBIETTIVI

- Opportunità di verificare e, se necessario, rivedere il proprio stile negoziale individuando le possibili aree di miglioramento
- Fornire strumenti pratici e tecniche facilmente applicabili per affrontare con successo ogni negoziazione interna e trattativa.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Quando, perché e dove trattare:
 - analisi ABC, matrice di Kraljic e dei vincoli aziendali
 - obiettivi della trattativa e competenze da sviluppare
- Gli elementi che influenzano la trattativa:
 - le condizioni di mercato e la congiuntura economica
 - le strategie aziendali e la professionalità dei suoi attori
- Come preparare una trattativa vincente:
 - la stesura del piano di trattativa
 - individuazione dei punti di forza e di debolezza del fornitore
 - prevedere le argomentazioni del venditore
- Tecniche per comunicare con efficacia:
 - apertura, argomentazioni e assertività
 - il comportamento negoziale: modello Harvard
 - sviluppo della realtà nella trattativa: modello di Johari
 - individuare il proprio stile d'acquisto: Blake Mouton
 - quale strategia mettere in campo: il modello della scacchiera
- Condurre la trattativa in funzione del proprio stile e del comportamento del venditore
- Conclusione della trattativa:
 - le tecniche abitualmente utilizzate dal venditore.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 24-25 gennaio Milano • 1-2 luglio Milano

503 NEGOZIAZIONE 2: TECNICHE E PSICOLOGIA D'ACQUISTO

Approfondimento sugli elementi psicologici e sulle tattiche comportamentali

L2

La trattativa non è solo analisi di costi e di indicatori, è anche un mix di tattica, psicologia e comunicazione. È l'arte del parlar poco e del far parlare, del cogliere le contraddizioni e i punti di debolezza, della flessibilità mentale e della costruzione delle alternative. Il feeling e l'improvvisazione sono armi spuntate. Essere vincenti significa padroneggiare la situazione, conoscere tattiche e strategie negoziali, prepararsi con attenzione, capire i giochi dell'interlocutore, spiazzarlo e obbligarlo a seguire l'impostazione a noi più favorevole. Il corso è focalizzato sull'analisi e discussione delle possibili tattiche che devono essere attuate in determinati contesti negoziali e su alcuni aspetti psicologici della trattativa compratore-venditore.

OBIETTIVI

- Far acquisire ai partecipanti una buona capacità di analisi relazionale e quel livello di sicurezza e assertività che molto incide sui risultati della trattativa
- Riconoscere le proprie abilità negoziali e imparare ad adattarsi alle situazioni
- Acquisire le tecniche per influenzare il fornitore senza farsi influenzare.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Saper vendere la propria professionalità e la propria azienda
- Le varie connotazioni della negoziazione: il modello Johari
- Analizzare lo stile del venditore e il proprio
- Adattarsi alle tattiche differenziate dei venditori
- Comunicare con efficacia, persuadere e influenzare
- Sintonizzarsi coi diversi livelli di comunicazione del fornitore con l'ausilio dell'analisi transazionale
- Rilevare e dominare i propri punti deboli e le aree di scarsa efficacia
- Saper gestire l'emotività
- Sbloccare le situazioni col ricorso all'assertività
- Come risolvere le situazioni conflittuali
- Utilizzare la PNL per aumentare la sintonia col fornitore
- Cenni alla trattativa nel contesto internazionale e agli stereotipi culturali
- Tattiche conclusive adottate dai venditori.

È suggerita la precedente partecipazione al corso 502.



Il corso prevede una sessione di follow up post aula della durata di 1 ora per un supporto on the job



Durata
2 giornate
Milano

Edizioni
• 6-7 maggio Milano • 2-3 dicembre

504 NEGOZIAZIONE 3: POTENZIARE LA PROPRIA EFFICACIA

Il corso profilato per senior buyer, category manager e responsabili di funzione che abbiano già maturato esperienza negoziale e che vogliono confrontarsi in quattro workshop in cui competenza, astuzia e tenacia negoziale verranno saggiate in simulazioni realistiche e impegnative

L3

NEW

Questioni spinose e situazioni complesse sono quelle che si presentano regolarmente alla porta di chi si trova a gestire un parco fornitori. Per addestrare i senior buyer ed i responsabili acquisti a "fare negoziazioni avanzate" servono dunque casi concreti, altrettanto complessi, che possano essere confrontabili con quelli che vivono in azienda. Questo è lo spirito che anima questo **corso, riservato a coloro che hanno già una buona preparazione ed esperienza negoziale, e che vogliono affinare la loro tecnica negoziale su casi sfidanti e non banali.** Il corso sarà incentrato su quattro moduli che tratteranno gli aspetti più critici della negoziazione, fornendo elementi teorici da mettere subito in pratica in simulazioni negoziali in aula. **Ai partecipanti verranno proposte anche alcune simulazioni in lingua inglese.** La conoscenza di tale lingua non costituisce però un prerequisito per l'accesso al corso. Sarà interessante scoprire quante cose si possano evincere semplicemente osservando una persona senza comprenderne le parole...

Modulo 1 - Negoziare in delegazione

Il modulo ha lo scopo di far familiarizzare i partecipanti con i meccanismi concreti e operativi della negoziazione in delegazione: la struttura e il funzionamento della delegazione, l'analisi delle caratteristiche della delegazione avversaria, i codici di comunicazione all'interno della propria delegazione, la gestione dei conflitti di personalità all'interno delle delegazioni, l'agenda, il setting, la gestione dei tempi negoziali, l'implementazione della strategia negoziale attraverso l'impiego dei diversi talenti e delle differenti professionalità nella propria delegazione.

Il modulo si organizza attorno a una simulazione che esplora attraverso uno scenario accuratamente preparato, le modalità di funzionamento di una trattativa negoziale svolta da due opposte delegazioni.

Modulo 2 - Negoziare con un fornitore dominante

Il modulo si concentra su un aspetto estremamente critico in talune trattative svolte dai manager degli acquisti. Il fornitore dominante ribalta molti punti di forza su cui normalmente il buyer fa affidamento, e lo pone in una posizione negoziale talvolta estremamente precaria. Le tecniche per affrontare questo genere di scenari sono il focus di questo modulo, che le illustra anche attraverso due simulazioni negoziali, una in italiano e una in inglese, basate su scenari realistici tratti dall'esperienza dei docenti. In questo modulo viene dedicata particolare attenzione alle astuzie negoziali che vengono impiegate durante le trattative, in particolare per ri-bilanciare la negoziazione con un fornitore dominante.

Modulo 3 - Recuperare una trattativa compromessa

Non sempre le cose vanno per il verso giusto, e spesso ci si trova a dover rimettere sul giusto binario una trattativa che, per le più disparate ragioni e a dispetto delle nostre migliori intenzioni, è deragliata. L'operazione è spesso complicata e richiede la conoscenza e la capacità di mettere in pratica una serie di procedure negoziali. Nel contesto di questo modulo vengono esaminate alcune tecniche di analisi del fallimento (failure), cioè di operazioni, piani, strategie che non hanno funzionato, e vengono insegnate le metodologie per ricostruire un contesto negoziale favorevole.

Modulo 4 - La negoziazione inter-culturale

I processi di internazionalizzazione delle imprese portano le aziende ad essere sempre più strutturalmente investite dalla necessità di gestire la comunicazione e la negoziazione a livello inter-culturale. La conoscenza delle caratteristiche della cultura, e in particolare della cultura negoziale, della controparte è ormai una necessità per tutti quei professionisti che operano in un contesto globalizzato. In questo modulo si descrivono proprio le caratteristiche degli stili negoziali delle principali aree culturali del pianeta e si consente ai partecipanti di sperimentare l'impatto sull'andamento della negoziazione di una superiore sensibilità rispetto agli aspetti inter-culturali attraverso una simulazione in lingua inglese costruita su scenari molto comuni nelle trattative in cui si trova protagonista un'impresa fortemente internazionalizzata.

TARIFFA DI PARTECIPAZIONE

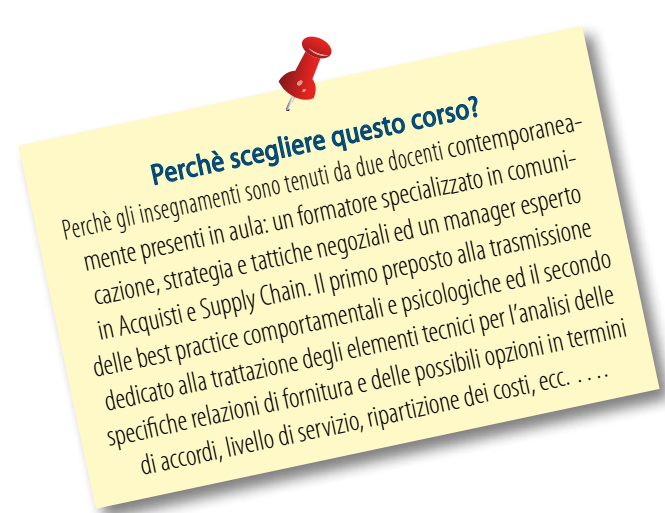
	SOCI ADACI	NON SOCI ADACI
2 giornate (tot 16 ore) con doppio docente	1.600€*	1.800€*

*I prezzi indicati si intendono IVA esclusa

Durata
2 giornate

Edizioni

- 1-15 febbraio Milano
- 5-12 aprile Roma
- 22-29 novembre Torino



Per iscrizioni pervenute entro 4 settimane dall'inizio del corso:
sconto early bird del 15%

505 NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE

L'approccio alla negoziazione con fornitori esteri

L2

La globalizzazione del procurement è una realtà per tutte le imprese, sia private sia pubbliche, di ogni dimensione e appartenenti ad ogni settore di attività economica. Se trent'anni orsono l'acquisto in un paese del Far East era un atto straordinario, oggi possiamo ben dire che per molte aziende, anche in virtù di un sistema logistico ramificato e affidabile, si tratta di una routine quotidiana. E' a causa di questa onnipresenza che è indispensabile non dimenticare come l'interfaccia con un fornitore abituato a codici contrattuali e abitudini commerciali molto diverse dalle nostre debba essere sempre gestita con attenzione. Il buyer occidentale ritiene di essere nelle condizioni di affrontare ogni situazione e superare ogni ostacolo applicando la regola della prevalenza del contratto e delle consuetudini commerciali del compratore. Questo non è sempre possibile e dunque diventa rilevante la fase negoziale, dove persone incontrano altre persone, dove alcuni hanno abitudini diverse da altri, dove talune espressioni o taluni atteggiamenti da alcuni sono interpretati in un senso e da altri in senso diverso, e dove, dunque, il linguaggio delle parole, dei gesti e dei modi rappresenta il ponte tra queste diversità. Il contratto di acquisto si costruisce durante la trattativa, in un incontro tra persone che propongono ciò che hanno appreso dalla loro educazione, dalla loro istruzione e dalla loro esperienza. Il buon negoziatore riesce a individuare la chiave interpretativa del tavolo al quale siede, sa come approcciare lo staff dell'azienda fornitrice, conosce il modo per trasmettere i messaggi rilevanti ed è capace di usare le parole e i comportamenti corretti per condurre e chiudere la trattativa con il miglior esito possibile.

OBIETTIVI

- Trasmettere le tecniche di approccio alle situazioni negoziali multiculturali
- Far conoscere le modalità di linguaggio più adeguate in funzione della tipologia di controparte
- Divulgare le strategie negoziali più idonee per una trattativa vincente su tavoli negoziali culturalmente complessi

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Introduzione alla negoziazione multiculturale
- Comunicazione e linguaggio
- Esempi di interpretazione ed utilizzo del linguaggio del corpo in vari contesti multiculturali
- Il processo negoziale
- Diagnosi dello stile negoziale
- Descrizione delle varie fasi negoziali
- Le strategie negoziali più utilizzate in ambito multiculturale
- Principali caratteristiche degli attori coinvolti nella negoziazione
- Role playing
- Peculiarità della negoziazione telefonica.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 22-29 marzo Milano
• 13-20 settembre Milano

506 NEGOZIARE IN LINGUA INGLESE

Come superare le criticità con la padronanza linguistica e negoziale

L3



Il corso tratta le principali criticità linguistiche e comunicative che un italiano deve affrontare durante una negoziazione in lingua inglese. Nella prima giornata viene fornito un vocabolario di base che consentirà ai partecipanti di organizzare le conoscenze già possedute. Sono previste simulazioni di negoziati le quali andranno a costituire il punto di partenza per riconoscere e contrastare le più comuni astuzie negoziali. I partecipanti acquisiranno familiarità con alcuni strumenti di base per la raccolta e l'analisi delle informazioni in merito alle loro controparti. Viene inoltre approfondito il caso della gestione di una delegazione in un processo negoziale: le dinamiche d'interazione tra le delegazioni, le possibilità di manipolazione, le modalità per contrastare la superiore "potenza di fuoco" della controparte. Nella seconda giornata i partecipanti iniziano a conoscere e a padroneggiare un vocabolario inglese avanzato. Un uso appropriato e attento di aggettivi, verbi e avverbi può assicurare un margine su una controparte meno preparata a cogliere il vantaggio offerto dalla scelta di parole accuratamente selezionate. Un'attenta preparazione e una migliore conoscenza del processo negoziale con controparti di differente nazionalità e diversa cultura costituiranno l'elemento centrale di esercitazioni più complesse. L'inglese sarà la lingua comunemente usata per tutta la durata del corso.

OBIETTIVI

- Acquisire un vocabolario inglese di termini ed espressioni che possono essere particolarmente utili in una negoziazione
- Sapere come impostare il processo negoziale in presenza di differenze interculturali fra le parti
- Sperimentare quanto appreso nel corso di simulazioni d'aula condotte in inglese.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Vocabolario inglese di base per negoziatori
- Esercitazione: Simulare una trattativa
- Astuzie negoziali ed esercitazione
- Raccogliere informazioni sulla controparte
- Negoziare in delegazione ed esercitazione
- Vocabolario inglese avanzato per negoziatori
- Negoziare con controparti non madrelingua inglese
- Questioni interculturali in una negoziazione
- Esercitazione: Ascoltare, comprendere, analizzare e riassumere
- Modellizzare una trattativa
- Esercitazioni: Analizzare e modellizzare un processo negoziale reale, simulare una trattativa con un cliente estero, simulare una trattativa complessa.



Il corso fatto "in house" prevede il focus sugli aspetti interculturali dei Paesi di appartenenza dei principali fornitori aziendali.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 23-24 maggio Firenze
• 14-15 ottobre Milano

601 ANALISI DEL BILANCIO DEI FORNITORI

Come leggere un bilancio e i relativi indici per comprendere i risvolti operativi nelle relazioni con i fornitori

L2

NEW

Per il buyer la comprensione della solidità economica e finanziaria di un fornitore è un elemento essenziale per una corretta gestione dei fornitori, siano essi attivi o potenziali. Per questo tipo di analisi il bilancio aziendale costituisce una fonte preziosa di indicazioni, dati e notizie che per l'operatore degli acquisti rappresentano elementi di informazione certi e affidabili. La conoscenza delle voci principali di un bilancio, della sua struttura e di altre informazioni connesse alla sua redazione risulta dunque un elemento abilitante per il buyer che vuole essere in grado di prendere decisioni informate riguardanti la gestione del proprio parco fornitori. Il corso si focalizza solo sugli elementi di reale utilità per il buyer, allenandolo ad identificare tali elementi, a calcolare gli indici a lui necessari. Nella seconda giornata del corso l'attenzione è concentrata sul "fare", cioè sulle azioni che il buyer può mettere in atto a seguito delle informazioni che ha acquisito nella fase di analisi, includendo fra queste, indagini suppletive da condurre col fornitore, parametri da monitorare con maggior frequenza, limiti di acquisto, strategie di cambio fornitore, partendo dall'esame di un caso reale di fornitura. Questo corso prevede la successione di due distinti formatori: uno specialista in contabilità d'impresa e un direttore acquisti in attività.

OBIETTIVI

- Imparare a leggere le principali informazioni presentate in un bilancio e nei report di solidità economico-finanziaria per individuare eventuali rischi sullo stato di salute dei fornitori
- Comprendere con un professionista degli acquisti le possibili opzioni operative che un buyer potrebbe mettere in pratica sulla base dell'analisi di bilancio di un fornitore
- Saper valutare gli effetti sul risultato d'impresa di alcune scelte d'acquisto.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Finalità del bilancio e obblighi di legge in Italia e all'estero
- Aspetti economici e aspetti finanziari a confronto per valutare la sostenibilità di un fornitore:
 - la situazione patrimoniale come fotografia statica della struttura finanziaria
 - il conto economico e il cash flow come rappresentazione dinamica della capacità di generare reddito e liquidità
- Le regole fondamentali del bilancio di esercizio e del bilancio consolidato di gruppo: componenti del fascicolo di bilancio, criteri di valutazione, principi di redazione
- L'analisi del bilancio e i principali indicatori economici e finanziari:
 - analisi per indici, per la valutazione della struttura e della situazione finanziaria
 - analisi per flussi, per l'apprezzamento delle dinamiche aziendali
 - indicatori di redditività, per esplicitare le relazioni fra capacità reddituale, capitale investito e performance dell'impresa
- Gli equilibri economico-finanziari del fornitore e le conseguenti valutazioni di affidabilità
- Il contributo del processo di approvvigionamento ai risultati dell'impresa nel breve e nel lungo periodo
- Case study sulla valutazione del bilancio di una impresa con considerazioni sulle possibili opzioni operative che un buyer potrebbe mettere in pratica sulla base dell'analisi di bilancio.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 4-5 febbraio Milano
• 11-12 settembre Milano

602 ANALISI DI UN MERCATO DI FORNITURA

I passi metodologici per comprendere le dinamiche di prezzo di un mercato

L3

NEW

La definizione di "mercato" e, in particolare di "mercato d'acquisto" non è univoca, né condivisa. Per molti il mercato è il trend dei prezzi, l'introduzione, o la cancellazione, di un nuovo dazio all'importazione, oppure l'avvio di un accordo economico tra stati. Per altri il mercato d'acquisto si identifica con gli eventi specifici (geopolitici, naturali) che possono impattare su un distretto di fornitura. Tutto questo è ciò che muove e modifica un mercato d'acquisto, ma non è il mercato, il quale, molto più semplicemente, è un insieme di fornitori, caratterizzato da parametri identificativi di vario genere: di settore merceologico, di appartenenza a un medesimo plesso geografico, di dimensione, di possesso di determinate certificazioni. Il mercato di acquisto è dunque l'insieme, esclusivo, delle fonti di fornitura di un preciso gruppo merce. Il buyer e il category manager hanno la necessità di conoscere il funzionamento dei singoli mercati dei gruppi merce di loro competenza, per apprendere le dinamiche economiche, l'eventuale stagionalità, i profili dei fornitori, le opportunità di scouting, i rischi di fornitura tipici, la loro evoluzione nel futuro.

OBIETTIVI

- Apprendere i passi per comprendere le dinamiche che influenzano l'andamento dei prezzi così da poter fare previsioni sul loro sviluppo
- Acquisire informazioni su possibili fonti di dati utili per l'analisi dei mercati di fornitura di interesse

PRINCIPALI TEMI TRATTATI


- Le dimensioni del mercato d'acquisto (le metriche: valori, volumi, addetti, imprese)
- Mercati d'acquisto globali e locali
- Distribuzione geografica del mercato d'acquisto; localizzazioni capacità produttive e consumi
- Individuare le applicazioni, i settori di sbocco e i relativi driver
- Catene distributive, punti di accesso per l'acquirente
- Struttura economica del mercato d'acquisto (marginalità, strutture costi)
- Individuare i principali player di ogni singolo mercato d'acquisto, analisi indici di bilancio e benchmark
- Modello di Porter, le forze che regolano il mercato d'acquisto e la catena del valore
- Regolamentazioni, opportunità e rischi
- I fattori che influenzano costi e marginalità
- Modelli predittivi e simulazioni sull'andamento prezzi
- Fonti informative (associazioni di categoria, basi dati, internet).

Durata
4 ore

Edizioni
• 21 febbraio Milano
• 5 novembre Milano

L'impostazione corretta e completa di un contratto d'acquisto richiede non solo competenze legali ma anche la conoscenza di aspetti manageriali che discendono dall'esperienza diretta nella negoziazione e gestione di rapporti di fornitura.

E' questa la ragione per la quale **i nostri corsi di contrattualistica, a seconda del livello e dei contenuti, vengono tenuti da:**

 **Legali specializzati nella contrattualistica degli acquisti**

 **Manager con esperienza nella gestione contrattuale delle forniture presentate**

Nel corso di tutte le giornate attinenti quest'area i partecipanti potranno sottoporre al docente l'esame e l'analisi di casi concreti, coerentemente con le tempistiche della giornata.

701 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI

Le conoscenze fondamentali per i contratti di compravendita e di appalto

L2

La costruzione di un contratto in grado di fronteggiare tutti gli inconvenienti potenzialmente insorgenti in corso di fornitura è oggi divenuto assolutamente necessario. Operando con aziende fornitrici ubicate ovunque sul pianeta e in mercati tecnologici e specializzati, dove sovente l'azienda cliente è dipendente da fornitori unici o comunque dominanti, il rischio di fornitura è cresciuto esponenzialmente e il danno che l'azienda cliente può subire dagli inadempimenti del fornitore è divenuto molto rilevante. La stesura di un contratto di fornitura adeguato può dunque ridurre sensibilmente questo rischio.

Questo corso è rivolto alla platea dei buyer di ogni livello di anzianità professionale che intendano ricevere le informazioni giuridico-legali necessarie per comprendere quale sia la natura delle clausole chiave da inserire in un contratto di fornitura e di appalto. Questa conoscenza giuridico-legale di base consentirà infine al buyer di condurre con maggior forza la trattativa con il fornitore anche sotto il punto di vista contrattuale.

OBIETTIVI

- Conoscere e discutere i fondamenti del diritto privato relativi al contratto e alle sue modalità di perfezionamento
- Permettere ai partecipanti di conoscere le più significative criticità che riguardano la stesura di un contratto e le azioni preventive che si possono mettere in atto.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il contratto: elementi costitutivi ed essenziali, l'oggetto, le parti, la forma
- Autonomia contrattuale e le responsabilità del procuratore acquisti
- La formazione del contratto: dalle trattative all'accettazione
- L'esecuzione del contratto e le cause che la impediscono - forza maggiore e impossibilità sopravvenuta
- Le diverse forme di contratto: dall'ordine chiuso al contratto quadro
- Le condizioni generali di acquisto e le condizioni speciali di acquisto
- Le clausole vessatorie
- Passaggio di proprietà della merce
- Le forme di garanzia a tutela della qualità per i vizi della cosa venduta
- I rimedi legali per i casi di inadempimento
- La clausola penale e il risarcimento del danno
- Il recesso dal contratto e la risoluzione del contratto
- La risoluzione delle controversie: Foro competente o Arbitrato
- Contrattualistica internazionale UE ed extra-UE (cenni).

Durata
1 giornata

Edizioni
• 5 febbraio Roma • 25 febbraio Milano
• 6 giugno Bologna • 16 ottobre Milano

702 IL CONTRATTO PER L'APPALTO DEI SERVIZI

Principali clausole, requisiti di legge e gestione del contratto post assegnazione, fra subappalto e verifiche documentali

L3 **NEW**

L'appalto di servizi è un tema che interessa ogni impresa e che può riguardare attività più o meno complesse con diversi livelli di rischio e implicazioni gestionali. Esso può infatti interessare attività di ricerca o di marketing, la gestione dei magazzini o della mensa aziendale e attività di manutenzione industriale o semplicemente delle aree verdi. Indipendentemente dal tipo di servizio appaltato, serve sapere che la normativa sui contratti d'appalto è fra le più complesse in quanto comporta la responsabilità solidale del committente nel caso di irregolarità contributive e retributive da parte dell'appaltatore, obblighi in tema di salute e sicurezza dei lavoratori e modalità esecutive che, se non rispettate, potrebbero comportare, in determinate situazioni, l'obbligo di assunzione dei lavoratori coinvolti nei servizi appaltati. Oltre ad illustrare i potenziali rischi esistenti, il corso tratta tematiche di struttura contrattuale e si sofferma sulle modalità gestionali che è opportuno adottare a tutela dell'impresa. Il compratore infatti, pur non essendo responsabile della sicurezza, deve sapere quali documenti vanno inseriti in richiesta d'offerta e in ordine e quali devono essere i prerequisiti dei potenziali appaltatori. Deve altresì sapere cosa sono il DURC, DUVRI, POS, PSC, PiMUS e i rischi che si corrono con una loro gestione non corretta così da poter tenere presente che se non si allega il DUVRI al contratto si rischia un'ammenda o l'arresto e che se non si indicano i costi per la sicurezza il contratto è nullo.

OBIETTIVI

- Mettere in condizione i partecipanti di conoscere e adattare la struttura contrattuale allo specifico contesto operativo in cui il servizio deve essere erogato
- Passare in rassegna le principali problematiche afferenti i servizi, i possibili inadempimenti ed i rimedi da mettere in essere.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Servizi esternalizzabili e prerequisiti di base
- Le logiche che differenziano l'acquisto di servizi dall'acquisto dei beni
- Quali sono i rischi specifici che il committente deve considerare nell'appaltare servizi
- Fattispecie contrattuali correlate ai servizi:
 - il contratto d'appalto e il contratto d'appalto non genuino
 - DURC, DUVRI, POS, PSC e PiMUS: cosa sono e come vanno gestiti
 - la responsabilità solidale del committente
- Come e chi deve definire un capitolato d'appalto; variazioni dello stesso
- Possibilità e limiti al subappalto
- Esercitazione di gruppo sulla definizione della struttura contrattuale e analisi delle clausole portanti di un contratto d'appalto di servizi:
- Struttura prezzi e loro significato (fixed price, fixed and firm price, cost plus...)
- Polizze assicurative a tutela del committente
- Gestione del contratto, monitoraggio, controllo e misurazione delle prestazioni erogate (SLA/KPI)
- Inadempimenti, penali e risarcimento danni patiti.

 Ad ogni partecipante verrà data una copia del contratto d'appalto di servizi discusso in aula.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 30 gennaio Milano • 3 luglio Milano
• 13 novembre Roma

703 IL CONTRATTO DI SUBFORNITURA

Come regolare gli accordi per lavorazioni a disegno e altre lavorazioni esterne di subfornitura fra saving e tutela aziendale

L3 **NEW**

Fra le tipologie contrattuali a disposizione degli acquisti per regolare i vari rapporti di fornitura ve ne è una poco nota in termini normativi, ma di estrema rilevanza per quanti comprano parti a disegno. Si tratta dei contratti di subfornitura, una fattispecie potenzialmente "insidiosa" in quanto il mancato rispetto di alcuni suoi dettami può esporre le aziende a rischi commerciali, finanziari e giuslavoristici. Essa introduce infatti alcune limitazioni sulle condizioni di pagamento, sull'abuso di posizione dominante e sui tempi di recesso nel rapporto di fornitura.

Nello specifico si è in presenza di subfornitura quando un imprenditore effettua lavorazioni per conto del committente o fornisce allo stesso prodotti o servizi destinati ad essere incorporati nei suoi prodotti finali in conformità a progetti esecutivi, conoscenze tecniche e tecnologiche dello stesso committente.

A differenza dei contratti d'appalto, la subfornitura non implica la responsabilità solidale committente-fornitore per gli obblighi contributivi e retributivi degli addetti ai lavori e la tematica della salute e sicurezza dei lavoratori è meno impellente.

I rapporti di subfornitura vanno però gestiti secondo determinati criteri ed i contratti vanno stipulati in modo adeguato, diversamente il giudice potrebbe, in determinate situazioni, stabilire che l'accordo in essere è un contratto d'appalto, rendendo il committente corresponsabile del pagamento dei contributi e retribuzioni dei dipendenti del subfornitore.

Il docente presenterà i risvolti pratici del disposto normativo, illustrando i rischi legati alla sua mancata applicazione, ma anche le modalità per evitarli o mitigarne l'impatto, dibattendo il tema dei termini di pagamento e delle modalità di gestione di eventuali irregolarità.

OBIETTIVI

- Approfondire la tematica della disciplina della subfornitura per comprenderne i limiti applicativi e la normativa specifica di carattere imperativo
- Comprendere come dev'essere stipulato un contratto di subfornitura al fine di tutelare al massimo il committente ed evitare i rischi di responsabilità solidale.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Disciplina della subfornitura e disparità del potere contrattuale tra imprese
- Legge 192 del 1998, sua genesi, carattere imperativo del suo disposto e rischi connessi alla sua mancata applicazione:
 - cos'è la subfornitura
 - come si differenzia dal contratto d'appalto e cosa non fare per evitare il rischio di responsabilità solidale committente-subfornitore
 - responsabilità del subfornitore
 - nullità di determinate clausole contrattuali
 - abuso di dipendenza economica

Presentazione e discussione di un contratto di subfornitura articolato vagliato da un avvocato civilista e da due giuslavoristi
Dibattito sulle possibili modalità di gestione delle principali criticità operative nella relazione col fornitore.

 Ad ogni partecipante verrà data copia del contratto di subfornitura discusso in aula.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 14 febbraio Milano • 21 maggio Torino
• 18 novembre Bologna



704 LA REGOLAMENTAZIONE DEI RAPPORTI DI PARTNERSHIP

La stesura del contratto fra strategia d'acquisto e gestione operativa del contratto

L3-C NEW

Progettazione in codesign, comakership, early involvement, ... sono solo alcune delle possibili forme di partnership che un'azienda può scegliere di intraprendere con uno o più dei suoi fornitori. Sebbene sia risaputo che si tratta di soluzioni nelle quali fornitore e cliente mettono a fattor comune alcune risorse (finanziarie, progettuali, manageriali, ...) in un'ottica di reciproco vantaggio, non sono altrettanto note le modalità di stesura di un buon contratto di partnership.

Come si ripartiscono i costi non ricorrenti fra le parti, chi diviene proprietario di un progetto sviluppato in codesign, quali vincoli di riservatezza è necessario siglare e quando, come oggettivare l'effettivo impegno di ciascun attore, cosa prevedere nei casi nei quali si renda necessaria l'interruzione della collaborazione? Queste sono alcune delle domande alle quali il corso vuole rispondere, partendo dal punto di vista del buyer che deve prevederle e negoziarle alla luce della strategia d'acquisto che si è prefissato.

Infine, per completare la trattazione sugli aspetti contrattuali, è indispensabile affrontare il tema dell'entrata in vigore e messa in pratica del contratto così da non vanificare l'impegno profuso nella parte precontrattuale. In questo la presentazione delle best practice operative da parte di un manager potrà fornire all'aula un valido prontuario di spunti da prevedere a contratto a sostegno dell'effettivo accadimento di quanto previsto contrattualmente.

OBIETTIVI

- Comprendere le corrette modalità per regolamentare le partnership con fornitori
- Confrontarsi con docente e colleghi circa il corretto approccio alle relazioni di partnership ed alla loro gestione.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le possibili forme di partnership adottabili:
 - obiettivi che perseguono,
 - prerequisiti per la loro implementazione,
 - attività operativa seguente la firma del contratto,
 - principali criticità e possibili soluzioni
- Il contratto di partnership:
 - macrostrutture ricorrenti
 - esame delle clausole specifiche (proprietà intellettuale, obiettivi di progetto, ruoli e responsabilità, sospensione e/o rinuncia all'accordo, piani di miglioramento, ...)
 - esame dei principali allegati contrattuali (KPI di riferimento, tempificazione progetti, schemi di ripartizione costi / ricavi, ...) e della strategia sottesa alla loro elaborazione
 - possibili approcci negoziali
- La gestione del contratto di partnership.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 8 febbraio Torino • 10 maggio Milano
• 4 ottobre Milano

705 CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

Elementi di diritto nei mercati di fornitura globali

L3-C

La globalizzazione dei mercati e la possibilità di comunicare in tempo reale con ogni parte del pianeta ha dato un forte impulso all'internazionalizzazione degli acquisti. Oggi ogni compratore deve considerare le opportunità offerte dai vari mercati di fornitura. Man mano che ci si sposta però dai mercati locali a quelli lontani di diversa cultura, lingua e legislazione, aumentano difficoltà operative, problematiche logistiche e rischi connessi al buon andamento del business. Questo corso introduce il compratore ai temi del diritto internazionale privato per consentirgli di stipulare contratti che, anche in contesti internazionali, possano tutelare l'azienda e regolamentare ogni tipo di evento pregiudizievole che potrebbe inficiare il buon andamento della fornitura.

OBIETTIVI

- Offrire ai partecipanti una sintesi dei principali sistemi giuridici esistenti (Civil Law, Common Law)
- Analizzare e discutere gli strumenti di diritto internazionale privato a disposizione del compratore.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Civil Law e Common Law:
 - introduzione ai principali sistemi giuridici esistenti
 - caratteristiche e relative tecniche redazionali dei contratti
- Convenzione Internazionale di Vienna sulla Compravendita Internazionale:
 - scopi ed applicabilità
 - analisi degli aspetti più significativi
- Cenni alle altre principali convenzioni internazionali che regolamentano il processo d'acquisto:
 - New York 1958 - Il riconoscimento e l'esecuzione dei lodi arbitrali
 - Bruxelles 1968 - La competenza giurisdizionale e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale
 - Roma 1980/Regolamento 593 del 2008 - legge applicabile alle obbligazioni contrattuali
- Incoterms come strumento per regolamentare le modalità di consegna ed il trasferimento di responsabilità
- Arbitrato e Istituzioni Internazionali come possibili strumenti di risoluzione delle controversie.

Alla fine della giornata verrà esaminata la struttura di un contratto internazionale e di alcune clausole tipiche (protezione proprietà industriale e intellettuale, riservatezza, risoluzione, risarcimento danni, penali, garanzie, ecc.).

Durata
1 giornata

Edizioni
• 12 aprile Milano • 17 ottobre Milano

PERCORSO EXECUTIVE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (MIP)

In collaborazione con



L3

PERCORSO EXECUTIVE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

GESTIONE STRATEGICA DEGLI ACQUISTI/ LOGISTICA DISTRIBUTIVA

Il Percorso Executive in Supply Chain Management è rivolto a quadri, manager e professionisti che si occupano di Acquisti e di Logistica in aziende manifatturiere, di servizi e di distribuzione.

OBIETTIVI

- Fornire una visione allargata del ruolo degli Acquisti e della Logistica nell'impresa e dei legami con le altre funzioni, in una prospettiva di Supply Chain integrata
- Sviluppare le competenze specialistiche di area Acquisti e di area Logistica
- Integrare queste competenze con alcuni strumenti indispensabili di General Management.

L'offerta formativa è flessibile e consente all'allievo di costruire un percorso di formazione personalizzato in ambito Supply Chain. Sono disponibili 2 specializzazioni:

- Gestione Strategica degli Acquisti (alla cui direzione didattica partecipa Adaci Formanagement)
- Logistica Distributiva.

Ai moduli formativi si aggiunge il Project Work: lo sviluppo di un progetto di intervento finalizzato ad introdurre un miglioramento organizzativo nel proprio contesto lavorativo.

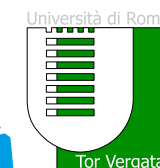
Programmazione: il percorso prevede una formula part-time verticale, articolata in 8 moduli formativi di due giornate full-time, con frequenza una volta al mese prevalentemente il venerdì e il sabato. A questi si possono aggiungere 2 moduli Elective per il percorso Advanced. **Normalmente l'inizio dei corsi è a Novembre.**

Luogo di svolgimento: Milano

Agli associati ADACI è riservato il 10% di sconto sulla quota di partecipazione al percorso.

MASTER IN PROCUREMENT MANAGEMENT APPROVVIGIONAMENTI E APPALTI TORVERGATA

In collaborazione con



Master in Procurement Management
Approvvigionamenti e Appalti

I sistemi di Procurement stanno subendo profonde modificazioni sia nelle grandi imprese sia nella pubblica amministrazione. Dopo tre anni di sviluppo questo Master è cresciuto per venire incontro alle crescenti richieste di formazione strategica e interdisciplinare da parte del mercato.

OBIETTIVI

Il Master (di II livello) risponde alle esigenze di:

- creare professionisti esperti in procurement management, in grado di operare sia nel settore pubblico che nel settore privato
- arricchire i profili professionali di esperti in acquisti acquisendo competenze interdisciplinari
- fornire opportunità di crescita professionale a giovani brillanti e motivati e sviluppare capacità manageriali moderne.

Il "Master in Procurement Management - Approvvigionamenti e Appalti" prevede tre filoni:

- per la Pubblica Amministrazione
- per il Settore Privato
- per la Difesa

strutturati su una parte comune e su approfondimenti specialistici propri al filone stesso, con testimonianze di settore e focus su tematiche specifiche.

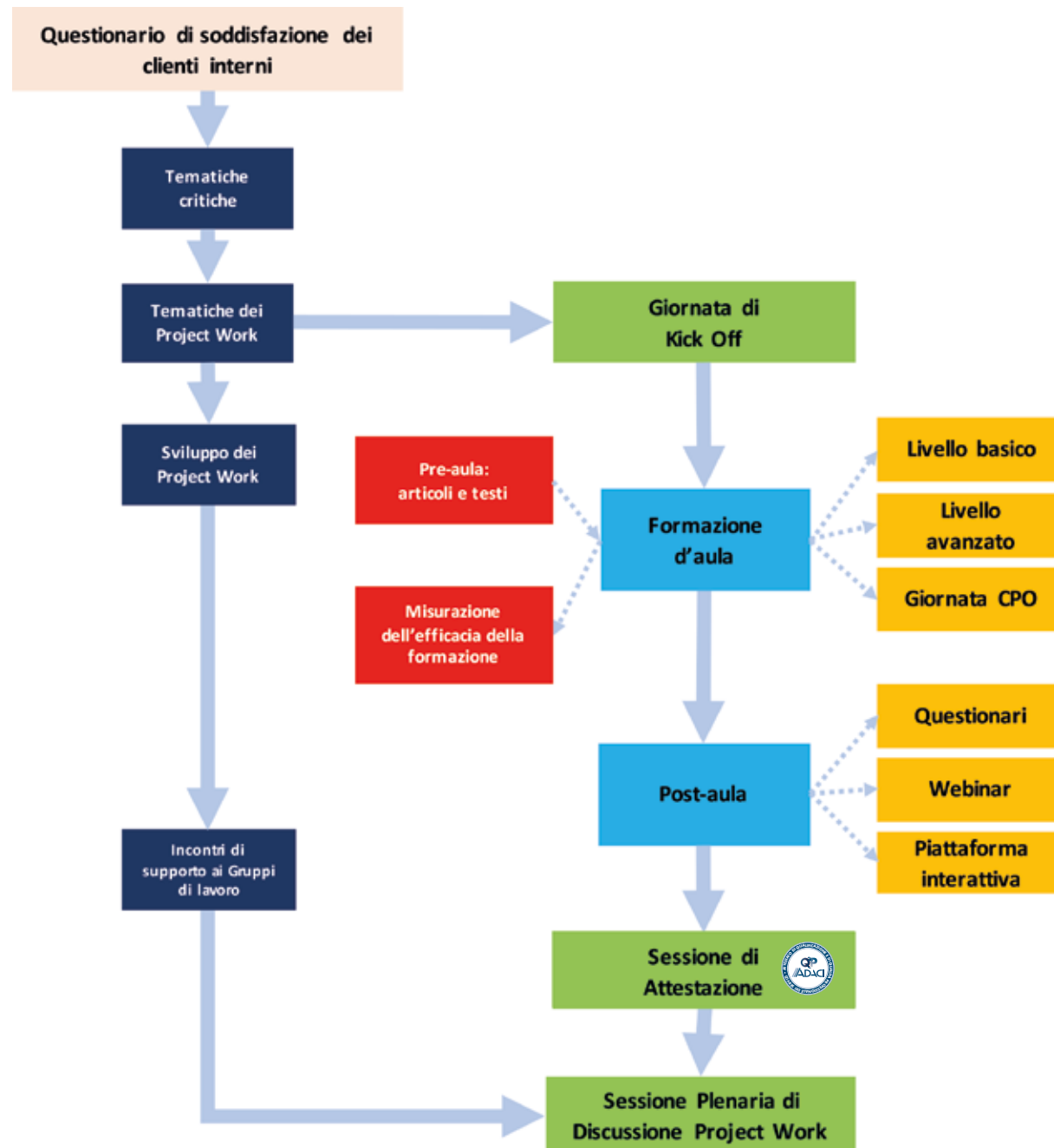
A fine percorso è previsto uno stage

Programmazione: il percorso prevede una formula articolata in 13 moduli formativi da 27 ore ciascuno. Indicativamente è richiesta la frequenza di una settimana al mese. **Normalmente l'inizio dei corsi è a gennaio.**

Luogo di svolgimento: Roma.

Vent'anni di esperienza nella progettazione e nell'erogazione di percorsi formativi "in house" ci consentono oggi di affrontare ogni genere di fabbisogno aziendale. Assicuriamo la competenza, la flessibilità dei nostri docenti e una didattica "blended" attenta al conseguimento della massima efficacia formativa.

Esempio di progetto formativo



STAI CERCANDO UN CORSO DIVERSO ?

VUOI FORMARE I TUOI BUYER DIRETTAMENTE IN AZIENDA ?

HAI DEI MESSAGGI SPECIFICI DA VEICOLARE ALLA TUA STRUTTURA ?



IL NOSTRO STAFF DI PROGETTISTI È A DISPOSIZIONE PER SVILUPPARE PROPOSTE AD HOC PER LE ESIGENZE DELLA TUA AZIENDA

Possiamo elaborare progetti formativi:

- Con programmi standard presenti in questo catalogo
- Con programmi sviluppati sulle vostre esigenze, anche in vista dell'inserimento nei cataloghi delle Vostre Academy interne
- Articolati nella didattica, sviluppati prevedendo formazione d'aula, formazione in e-learning, tutoring per lo sviluppo di project work aziendali
- Comprensivi di test per la verifica dell'apprendimento

3 CONSULENZA



DEDICATA A CHI VUOLE ESSERE PIÙ COMPETITIVO

Che voi siate una piccola o una grande impresa, una start up o un'azienda consolidata, Adaci Formanagement offre un sistema organizzato per supportarvi nel raggiungimento dei vostri obiettivi.

CONSULENZA ACQUISTI E LOGISTICA

Un supporto professionale a supporto delle scelte determinanti per la Competitività aziendale

Approfondimenti a pag. 58

SPEED UP ACQUISTI

Interventi mirati di professionisti senior, finalizzati alla impostazione del processo d'acquisto per il miglioramento acquisti di specifici beni o servizi

Approfondimenti a pag. 58

PERSONAL BUYER

Incontri individuali di affiancamento per porre in pratica i modelli operativi della Gestione Acquisti nella quotidianità aziendale

Approfondimenti a pag. 59

**CONSULENZE SIA PER PICCOLE SIA PER GRANDI AZIENDE.
ABBIAMO UNA SOLUZIONE PER TUTTI!**

Possiamo offrirvi un programma di supporto completo ed articolato sull'intero spettro delle tematiche del processo di acquisto e della logistica. I nostri professionisti hanno la capacità e l'esperienza per affiancare il cliente nella gestione dei progetti di implementazione e di miglioramento nel rispetto della decisione e delle scelte del management aziendale.

Fra i nostri interventi figurano i seguenti:

AREA ACQUISTI

- Supporto alla selezione della piattaforma di eProcurement e/o alla sua implementazione
- Riorganizzazione del parco fornitori
- Revisione procedure
- Scouting su commessa
- Interventi a supporto del team building
- Configurazione organigramma ruoli e competenze
- Politiche di acquisto per categorie merceologiche
- Analisi dei mercati di acquisto
- Analisi costi e prezzi

AREA LOGISTICA

- Progettazione della rete logistica aziendale
- I trasporti: fornitori e contratti
- Revisione dell'approccio ai dazi e alle dogane
- Revisione nelle modalità di gestione delle scorte
- Progetti di outsourcing logistico
- Progetti di efficientamento degli imballaggi impiegati

SPEED UP ACQUISTI

Avete una voce di spesa significativa nel vostro portafoglio acquisti che volete contenere ?



Se avete risposto positivamente ad una di queste domande, i nostri interventi di **SPEED UP ACQUISTI** potrebbero fare al caso vostro.

Si avvicina la scadenza di un importante contratto di servizi e vorreste giocare al meglio le vostre carte sul fronte dei costi e del livello di servizio ?



Erogati da professionisti esperti nell'acquisto di specifiche categorie merceologiche, per offrirvi velocità d'azione ed un alto livello di conoscenza del mercato.

Dovete impostare una gara d'acquisto e vorreste il supporto di chi è esperto di quel mercato di fornitura ?



Adatti a chi vuole conoscere le specificità di un mercato di fornitura e capire come condurre al meglio il processo d'acquisto in tempi rapidi. È possibile richiedere assistenza in varie fasi: definizione del fabbisogno, selezione fornitori impostazione gara, negoziazione, elaborazione contratto.

Che cos'è?

Un servizio di affiancamento e di formazione one-to-one a prezzi contenuti dedicato alle piccole e medie aziende sia industriali (manifatture, terzisti, lavorazioni varie) sia dei servizi (società commerciali e della distribuzione in ogni settore, servizi alla persona, servizi professionali alle imprese) per la realizzazione di progetti specifici:

- Costituzione ex-novo della funzione acquisti, logistica o supply chain
- Ristrutturazione di una funzione già esistente
- Ricerca, valutazione e gestione fornitori
- Individuazione dei raggruppamenti merceologici critici e studio delle azioni da svolgersi
- Creazione dei format di richiesta di offerta e dei modelli di comparazione delle offerte
- Creazione dei modelli di preparazione e di conduzione delle trattative
- Problematiche del post-ordine (expediting, fatturazione, incongruenza ordini-fatture, ecc.)

Come si svolge?

- Sotto forma di consulenza/formazione/affiancamento presso la sede del cliente con interventi di una giornata (8 ore) o di mezza giornata (4 ore)
- In regime di tutoring a distanza con formula ad abbonamento (a mezzo mail e/o telefono)

I NOSTRI CLIENTI

Adaci Formanagement ha lavorato e lavora con clientela:

- di ogni dimensione
- operante in tutti i settori di attività economica.

Fra questi:

A2A / ALENIA / AMADORI / ANGELO PO / GRANDI CUCINE / AET-AZIENDA ELETTRICA TICINESE / ASKOLL / ATM - AZIENDA TRASPORTI MILANESI / BCC SOLUTIONS / BENELLI ARMI / BERCO / BIOMERIEUX ITALIA / BOBST / BREMBO / BREVINI / BRETON / BÜHLER BRESCIA / CARLE & MONTANARI-OPM / CESI / CEVA LOGISTIC / COLUSSI / COOP ALLEANZA 3.0 / COMER / CONTINUUS PROPERZI / COSTAN / CVA-COMPAGNIA VALDOSTANA DELLE ACQUE / ENEL GREEN POWER / ENGIE / ENI / ERG / FAYAT BOMAG - MARINI / FASSA BORTOLO / FATA LOGISTIC SYSTEMS / FINCANTIERI / F.I.S. - FABBRICA ITALIANA SINTETICI / HITACHI RAIL ITALIA / GASKET INTERNATIONAL / GENERALI SHARED SERVICES / GLS / GRUPPO CFT / IGUZZINI ILLUMINAZIONE / IMMERGAS / IMI REMOSA / INTESA SANPAOLO / ISAB / JANSENN CILAG / KVERNELANDGROUP / LEASEPLAN / LEITNER/ LEONARDO / MAGNA CLOSURES / MANITOU ITALIA / MONTE DEI PASCHI DI SIENA / MTM / PAMA / PEDROLLO / PIETRO FIORENTINI / PIAGGIO & C. / PREGIS / QUANTA / REALE MUTUA ASSICURAZIONI / SAINT GOBAIN / SALVAGNINI / SARAS / SCHINDLER / SEWS CABIND / SIA / SICIM / SNAM RETE GAS / TECHINT / TORO ROSSO / TRENITALIA / UTC AEROSPACE SYSTEM / VEM / WARTSILA / WEBASTO...

e tanti altri ancora...



**DEDICATO ALLE PICCOLE
E MEDIE AZIENDE
SIA INDUSTRIALI SIA DEI SERVIZI.**

4

SERVIZI

PERCHÈ CON UNA SQUADRA A SUPPORTO È TUTTO PIÙ FACILE

Chi opera negli Acquisti e nella Logistica sa bene come per alcune attività specializzate siano indispensabili business partner che possano mettere a disposizione figure qualificate e competenze specifiche determinanti per ottenere «qualcosa in più».

PRATICHE DI FINANZIAMENTO ALLA FORMAZIONE

Assistenza all'erogazione dei finanziamenti tramite i fondi interprofessionali: dalla presentazione del progetto alla rendicontazione finale

Approfondimenti da pag. 62

ADACI SERVICE

Una vetrina sul mercato di fornitura a disposizione dei Soci Adaci e delle loro aziende

Approfondimenti da pag. 63

AVVALERSI DEI **SERVIZI DI TERZI** È UNA **STRATEGIA CHE VELOCIZZA IL RAGGIUNGIMENTO DEI RISULTATI** E PUÒ AUMENTARNE LA **QUALITÀ**.

Leonardo Binchi, ospite al Negotiorum Fucina Adaci 2018
Componente squadra italiana di pallanuoto a 3 Olimpiadi ed ai campionati europei, allenatore a livello nazionale.

In molte aziende la formazione del personale è vista come un costo aggiuntivo e non come una chiave di successo funzionale alla salvaguardia della competitività aziendale.

Investire in formazione infatti significa anche motivare e gratificare le proprie risorse, sviluppare talenti, potenziare le conoscenze e le competenze.

INDIVIDUATE LE RISORSE FINANZIARIE DISPONIBILI PER LA FORMAZIONE DEI VOSTRI DIPENDENTI

Tutti i nostri corsi (corso base acquisti, corsi responsabile acquisti e logistica, singole sessioni formative a catalogo, piani formativi "in house" presso il cliente, percorsi qualificativi) sono finanziabili.

Su richiesta i nostri esperti selezioneranno per voi le fonti di finanziamento più adeguate.

OGGI IL COSTO DELLA FORMAZIONE
NON PUÒ PIÙ ESSERE UNA GIUSTIFICAZIONE
PER IMPEDIRE AL PROPRIO PERSONALE DI
**FORMARSI, AGGIORNARSI E
CRESCERE CULTURALMENTE E
PROFESSIONALMENTE, PER SE
STESSO E PER LA COMPETITIVITÀ
DELLA PROPRIA AZIENDA.**

La gestione delle pratiche di finanziamento richiede tempi tecnici: vi suggeriamo di rivolgervi alla Segreteria corsi con ampio anticipo rispetto alla data di inizio corsi



Adaci Service è il nuovo servizio di Adaci Formanagement a supporto delle aziende per un miglior incontro fra domanda ed offerta. I Buyer avranno l'opportunità di poter valutare una vasta gamma di prodotti innovativi e/o a tariffe competitive. Le aziende offerenti potranno disporre di una vetrina posizionata in un contesto di sicuro interesse.

PER LE AZIENDE OFFERENTI DEI SERVIZI

L'azienda in grado di offrire servizi (tecnici, di consulenza, informatici etc.) ad alto tasso di innovazione oggi può fruire della visibilità nel network Adaci attraverso Adaci Service, una nuova opportunità connotata da un forte potenziale di penetrazione commerciale. Adaci Service consente infatti all'azienda la promozione delle proprie attività attraverso la prestigiosa vetrina del suo sito web e tramite il contatto diretto con l'universo dei soci Adaci.

L'offerta esclusiva che le aziende aderenti ad Adaci Service vorranno proporre ai Soci verrà presentata a mezzo di una landing page linkata al Sito Adaci nella vetrina dedicata. Per un intero anno a partire dalla pubblicazione, l'offerta in convenzione verrà promossa:

- nella vetrina di Adaci Service all'interno del sito Adaci
- con newsletter periodiche e sui social network
- con la visibilità agli eventi associativi

Per informazioni sulle condizioni di adesione le aziende interessate possono scrivere a: adaci.service@adaci.it



PER I SOCI ADACI CHE INTENDONO FRUIRE DEI SERVIZI DELLE AZIENDE "ADACI SERVICE"

Il socio Adaci è titolare dell'esclusiva opportunità di far accedere la propria società alle convenzioni di servizio proposte dalle aziende del repertorio "Adaci Service".

Il socio Adaci titolare di un incarico di una funzione acquisti ha pertanto la possibilità di interpellare l'azienda inserita nello speciale elenco "Adaci Service" per richiedere informazioni e quotazioni sui servizi offerti.

Le aziende "Adaci Service" sono state selezionate per:

- forte innovatività del servizio
- significativa competitività delle condizioni di vendita delle offerte
- elevata capacità di personalizzazione delle proposte
- alta tempestività nell'elaborazione dei progetti e delle quotazioni

Per manifestare l'interesse verso un'azienda del repertorio Adaci Service, all'interno dell'area riservata del sito Adaci, il socio può utilizzare il format sulla pagina di presentazione dell'azienda medesima e verrà tempestivamente contattato.

MAGISTER[®]

6^a
Edizione

Evento culturale che vede i "Maestri" (da qui il nome Magister) scelti ed invitati dal Comitato Scientifico a confrontarsi in modo attivo nelle tavole rotonde separate (top manager di diverse funzioni aziendali e professori universitari) per poi dar vita ad un confronto aperto tra il pensiero aziendale e quello culturale.

negotiorum FUCINA[®]

7^a
Edizione

È l'appuntamento annuale del network dei compratori, al centro i nostri temi core, le imprese, l'economia reale, la professione e le competenze di oggi e domani. Un'occasione di scambio di informazioni, opinioni e soluzioni su tematiche e problemi comuni, vissuti quotidianamente in imprese e settori diversi. È l'Officina delle idee in cui ogni compratore è protagonista e artefice di un cammino di crescita e di sviluppo della professione all'interno di tavole rotonde tematiche e/o di filiera (<http://fucina.adaci.it>). In sessione plenaria importanti ospiti (accademici, imprenditori e manager) interverranno sui temi più attuali e innovativi.

ADACI CONGRESSO

3^a
Edizione

Evento che riunisce gli organi direttivi di ADACI, siano essi nazionali o sezionali. L'obiettivo è quello di sviluppare la conoscenza reciproca e creare nuove relazioni fra i Consiglieri, per rafforzare la coesione della squadra ed il suo orientamento alla realizzazione dei progetti prioritari per i soci e per lo sviluppo associativo.

PORTA PIÙ IN ALTO LA TUA PROFESSIONALITÀ

WORKSHOP

da oltre
25 ANNI

Incontri semestrali sull'andamento dei prezzi e sui trend di mercato. Si tratta di momenti di confronto e di networking illuminati dai contributi di accademici, specialisti ed esperti di settore.

ADACI SMART

3^a
Edizione

È un evento che alterna sessioni plenarie e tavole parallele nelle quali key note speaker porteranno la loro esperienza accademica e professionale (Supply Chain Adaci Management Research Table).

Opportunity⁵⁰ ADACI

2^a
Edizione

La piattaforma OPPORTUNITY, nata per fornire ai soci ADACI un nuovo modo di creare e sviluppare opportunità di business, diventa evento e propone la modalità degli speed meeting per un contatto diretto fra domanda e offerta, per migliorare il Network e gli scambi esperienziali su temi "caldi".

ADACI PA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

3^a
Edizione

È l'evento dedicato all'incontro fra manager pubblici e privati su tematiche acquisti e supply chain management. Esperienze a confronto fra spending review, riorganizzazioni territoriali, controlli interni e miglioramento del servizio al cliente.

FUCINANDUM INNOVATION

3^a
Edizione

Un'occasione di confronto sulla formazione, guidata da Adaci Formanagement, animata da docenti, professori universitari, AD, manager, HR. Una festa per docenti ed allievi, con lectio magistralis, lezioni, consegna diplomi e premi e coinvolgimento delle arti e della tecnica a supporto dell'apprendimento interattivo dello sviluppo delle capacità manageriali

DOCTRINA

20^a
Edizione

È un evento animato da relatori del mondo accademico e manageriale, nel quale si spazia dai modelli teorici frutto della ricerca universitaria a modelli pratici che rappresentano il modus operandi delle imprese eccellenti.

LA CPO LOUNGE

"L'innovazione sta nelle persone
e non nelle cose"



I protagonisti della CPO LOUNGE sono Top Manager, Direttori Acquisti, Direttori di Logistica o di Supply Chain di importanti aziende, interessati ad arricchire i contenuti professionali, ad accelerare la crescita della funzione attraverso il confronto di settori, progetti ed esperienze nazionali ed internazionali, in un clima riservato di amichevole confronto professionale.

Segnalate il vostro interesse alla Segreteria Eventi per conoscere i prossimi appuntamenti: eventi@adaci.it



Durante l'anno verranno programmati **ALTRI EVENTI TERRITORIALI**.
Per conoscere la programmazione consulta il sito adaci www.adaci.it



Sono la continuazione delle attività nelle sedi territoriali di alcune tavole rotonde del Negotiorum Fucina.

ADACI MEETING

Sono convegni rivolti agli specialisti di acquisti e supply management per analizzare e dibattere le tematiche di maggior rilievo della professione.

Campus ADACI Millennials

È un evento che si rivolge a chi si sta avvicinando all'Area Acquisti e Supply Chain Management, per i giovani fra i 18 e 35 anni, volenterosi e appassionati di Procurement e Supply Chain Management, che desiderano vivere un giorno da Buyer con esperti del settore.

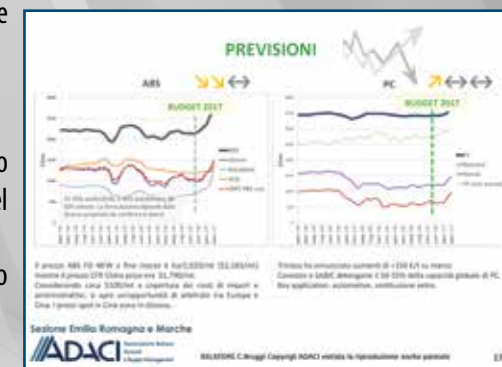


WORKSHOP SULL'ANDAMENTO DEI PREZZI E DEI MERCATI DA OLTRE 25 ANNI

I nostri **Workshop** sono incontri semestrali dedicati al confronto di dati e informazioni sui trend di mercato derivanti dall'esperienza quotidiana di manager, esperti di settore, professionisti dell'area acquisti e approvvigionamenti nonché da amministratori delegati e direttori generali, con lo scopo di fornire una previsione sull'andamento delle principali commodity, materie prime e semilavorati.

I Workshop si organizzano su due sessioni annuali:

- in autunno si lavora all'elaborazione del budget degli acquisti per l'anno successivo aiutando i partecipanti alla definizione delle politiche d'acquisto da esperire nel medio-breve termine
- in primavera si verifica se le stime fatte in autunno per l'anno in corso si stanno dimostrando corrette o se necessitano di aggiustamenti e/o correzioni.



CALENDARIO EVENTI

EVENTI NAZIONALI 2019	TIPOLOGIA	LUOGO	DATA	CREDITI*
3° CONGRESSO ADACI presso Villa Sonnino (PI)		TOSCANA	16 FEB.	
ADACI SERVICE presso Villa La Valera (MI) NEW		LOMBARDIA	27 MAR.	2
3° ADACI PA presso Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"		LAZIO	23 MAG.	8
Negotiorum FUCINA VII presso Villa Fenaroli (BS)		LOMBARDIA	21-22 GIU.	12
CPO LOUNGE - presso Regina Palace Hotel Stresa (VB) NEW		PIEMONTE	27 SET.	10
2° OPPORTUNITY 50		VENETO	25 OTT.	2
ADACI SMART EVENT II		TOSCANA	7 NOV.	8
MAGISTER VI - presso Grand Hotel Palazzo Livorno (LI)		TOSCANA	8 NOV.	8
FUCINANDUM INNOVATION III		LOMBARDIA	4 DIC.	4

Le date potranno subire variazioni per motivi organizzativi / Aggiornato al 06-05-2019

AMPLIA IL TUO NETWORK



SPONSORSHIP/ SOSTENERE EVENTO



MEDIA PARTNER



SPEECH/ PARLARE AD UN EVENTO

* I crediti formativi indicati in tabella contribuiscono al mantenimento dell'Attestazione Q2P ADACI.

CALENDARIO WORKSHOP

SEZIONE ORGANIZZATRICE	APRILE	MAGGIO	OTTOBRE
EMILIA ROMAGNA E MARCHE - TRE VENEZIE	10	con sistema di videoconferenza	
EMILIA ROMAGNA E MARCHE			16
TRE VENEZIE			9
LOMBARDIA E LIGURIA in collaborazione con PIEMONTE e VALLE d'AOSTA		9	3

Lo scenario macroeconomico è fornito da qualificati professori universitari e/o da società di ricerca ed analisi specializzate. Molto spesso gli incontri sono organizzati presso note aziende del territorio, dove il management propone la propria visione economica e organizza interessanti visite aziendali al termine delle relazioni.

MANTENIMENTO DEI CREDITI FORMATIVI

Per i Professionisti Qualificati Adaci la partecipazione al Workshop contribuisce alla maturazione di **4 crediti formativi** annuali necessari per il mantenimento del titolo.

Il regolamento completo è disponibile sul sito www.adaci.it

Per ulteriori informazioni: **ADACI Formanagement Srl S.U.**

Via Imperia 2 - Segreteria Corsi - Tel. 02 40090362 (ext.3) / 02 40072474 (ext.3) - Fax +39 02 40090246 - email: formanagement@adaci.it

DURATA CORSO	SOCI ADACI		NON SOCI ADACI	
	Tariffa base	Tariffa con agevolazione Early Bird, sconto 15%	Tariffa base	Tariffa con agevolazione Early Bird, sconto 15%
Corso da 4 ore	350,00 €	297,50 €	450,00 €	382,50 €
1 giornata (tot 8 ore)	700,00 €	595,00 €	900,00 €	765,00 €
2 giornate (tot 16 ore)	1.200,00 €	1.020,00 €	1.400,00 €	1.190,00 €
3 giornate (tot 24 ore)	1.600,00 €	1.360,00 €	1.900,00 €	1.615,00 €
CORSO BASE ACQUISTI 4 giornate (tot 32 ore) e partecipazione Sessione Plenaria L1*	1.700,00 €	non previsto	1.900,00 €	non previsto
PERCORSO RESPONSABILE ACQUISTI 5 giornate (tot 40 ore)	2.500,00 €	non previsto	2.800,00 €	non previsto
PERCORSO ACQUISTI E LOGISTICA GLOBALI/ CORSO RESPONSABILE DI MAGAZZINO 3 giornate (tot 24 ore)	1.500,00 €	non previsto	1.800,00 €	non previsto
PERCORSO L2 EXPLORER 10 giornate (tot 80 ore)	3.800,00 €	non previsto	4.300,00 €	non previsto
WEBINAR da 1,5 ore	90,00 €	non previsto	110,00 €	non previsto
WEBINAR da 3 ore complessive	150,00 €	non previsto	200,00 €	non previsto
LIQUID PROCUREMENT TRAINING Percorso da 4 giornate a scelta Percorso completo da 6 giornate	2.000,00 € 3.000,00 €	non previsto	2.300,00 € 3.300,00 €	non previsto

I prezzi indicati si intendono IVA esclusa e si riferiscono a corsi a catalogo erogati in modalità interaziendale.

* L'iscrizione al CORSO BASE ACQUISTI dà diritto a partecipare ad una delle Sessioni Plenarie L1 programmate entro un anno dal termine del corso.

AGEVOLAZIONI ECONOMICHE DISPONIBILI

Early Bird

per chi si iscrive alle giornate di studio con almeno 4 settimane di anticipo: sconto 15% sulla tariffa base, non cumulabile con altre agevolazioni

Iscrizione contemporanea a più corsi

- dal 2° al 4° corso sconto del 25% sulla quota di iscrizione
- per pacchetti di oltre 5 corsi: quotazione su richiesta

Iscrizioni multiple allo stesso corso

il secondo partecipante ha diritto allo sconto del 50% sulla tariffa base del corso, non cumulabile con altre agevolazioni **1+1=1,5**

Iscrizione di Professionisti Qualificati Adaci



- di livello L2: sconto del 30% sulle tariffe di partecipazione ai Corsi non cumulabile con altre agevolazioni
- di livello L3: sconto del 50% sulle tariffe di partecipazione ai Corsi non cumulabile con altre agevolazioni

Iscrizioni di privati quotazione su richiesta

Contattaci se vuoi conoscere tutte le opportunità di finanziamento attualmente disponibili. CHECK UP GRATUITO

Formazione a catalogo e Attestazione di Qualificazione e di Qualità Professionale dei Servizi Adaci (Q2P)

ISCRIZIONE

L'iscrizione ai corsi sarà ritenuta valida solo al ricevimento dell'apposito modulo di iscrizione debitamente compilato in ogni suo campo, timbrato e firmato e restituito a mezzo fax o email. Il modulo può essere richiesto alla Segreteria Corsi.

Le iscrizioni saranno accettate secondo l'ordine di arrivo, sino al raggiungimento del numero massimo di partecipanti.

CONFERMA DELL'ISCRIZIONE

Con un anticipo di almeno 3 giorni dalla data del previsto svolgimento dell'attività formativa, Adaci Formanagement invierà agli iscritti conferma via e-mail dell'effettuazione della stessa con le indicazioni definitive del luogo e orari di svolgimento.

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE E DOCUMENTAZIONE

Al termine dei corsi verrà rilasciato un attestato nominativo di partecipazione valido anche ai fini della Q2P. Il partecipante riceverà inoltre la dispensa del corso ed ogni altra documentazione didattica pertinente.

PAGAMENTI

La quota di partecipazione deve essere versata prima dell'effettuazione del corso tramite bonifico bancario intestato ad ADACI Formanagement Srl S.U. presso UBI Banca Spa, Via Faruffini - Milano - 20149 Milano - c/c 000000011909 - ABI: 03111 - CAB: 01656 - CIN: C IBAN: IT58C031110165600000011909 - SWIFT/BIC: BLOPIT22551.

RINUNCE

Ai sensi dell'art. 1373 del codice civile, ogni rinuncia deve pervenire a mezzo fax almeno 5 giorni prima dell'inizio dell'attività oggetto della rinuncia. Per rinunce pervenute oltre tale termine sarà addebitato un importo pari a due terzi della quota di partecipazione.

TUTELA DEI DATI PERSONALI

I dati forniti saranno trattati da ADACI Formanagement in ottemperanza al disposto del D.Lgs. 196/03 "Codice in materia di protezione dei dati personali".

RISERVE

Per cause di forza maggiore o motivazioni di particolare rilevanza, ADACI Formanagement si riserva la facoltà di modificare le Sedi e/o le date di svolgimento dei corsi indicati nel Catalogo Adaci Formanagement. Eventuali variazioni verranno comunicate agli iscritti via e-mail 3 giorni prima della data del previsto svolgimento degli stessi.

Per conoscere le tariffe di tutti gli altri servizi contatta la Segreteria Corsi:
Tel. 02 40090362 (ext.3) / 02 40072474 (ext.3) - email: formanagement@adaci.it

Per ulteriori informazioni: **ADACI Formanagement Srl S.U.**

Via Spezia 11- Segreteria Corsi - Tel. 02 40090362 (ext.3) / 02 40072474 (ext.3) - Fax +39 02 40090246 - email: formanagement@adaci.it

...LA PAROLA A CHI CI HA GIÀ CONOSCIUTI

"Cosa apprezzo maggiormente nei corsi Adaci? I formatori. Non semplici docenti ma **professionisti che fanno il nostro stesso lavoro**. Persone che come noi vivono la quotidianità dell'azienda e condividono **esperienze di successo e soluzioni concrete**"

Doriano Serradura,
Strategic Purchasing Manager
Pietro Fiorentini SpA

"Ci siamo rivolti ad Adaci per alcuni fabbisogni formativi in **ambito Procurement** e i risultati sono sempre stati molto soddisfacenti: **i corsi sono stati progettati con cura per fornire, da un lato, una risposta alle specifiche esigenze e dall'altro una visione allargata del tema trattato, con l'introduzione di nuove idee e spunti di riflessione.**"

Anna Campi,
Procurement Planning, Control & Vendor
Management Category Strategist Coordinator
ERG SpA

"...un corso che ha affrontato in **modo originale, i temi canonici del procurement**, con un approccio che ha permesso ai partecipanti di conoscere dinamiche e modelli organizzativi diversi da quelli applicati nella propria azienda. Proprio la diversità di settore, di modello di business, di organizzazione, ha **suscitato riflessioni e stimoli per il cambiamento**, nonché un accrescimento culturale sui temi del procurement."

Gabriele Perotti,
CPO
MCM SpA

"Un'esperienza coinvolgente, in grado di **stimolare idee per rendere proprie soluzioni innovative implementate in altri contesti**"

Claudio Bruggi,
Purchasing Director
Vortice Elettrosociali SpA






"Nel corso Adaci ho trovato la **concretezza della quale ho bisogno**"

Matteo Musella,
Head of Purchasing and Innovation
COLAS Rail Italia SpA



ENTRA ANCHE TU NEL NETWORK ADACI!

ULTERIORI VANTAGGI:

-  Partecipare a corsi di formazione a tariffe agevolate
-  Conoscere altri professionisti con i quali confrontarti
-  Restare informato sulla professione con le molteplici occasioni di aggiornamento
-  Accedere a convenzioni riservate ai soci
-  E...tanto altro!



www.adaci.it



ADACI Formanagement Srl SU

Via Imperia 2 - 20142 Milano

Tel. +39 02 40072474 / 40090362

Fax +39 02 40090246

email Segreteria Corsi: formanagement@adaci.it

ADACI

EXPLORER L2



Gli Uffici Acquisti non sono tutti uguali. Ve ne sono alcuni dove si comprano più servizi che materiali e si trattano principalmente appalti, altri nei quali prevalgono gli acquisti su commessa di particolari a disegno in piccola serie, altri ancora nei quali si acquistano importanti volumi di materia prima oppure grandi quantitativi di beni progettati dai fornitori. Qualunque sia la realtà aziendale, **ad un Senior Buyer è sempre richiesta la capacità di saper approcciare correttamente le tipologie di acquisto di sua competenza.**

Percorso di preparazione pratica agli esami di Attestazione Professionale Q2P L2 per Senior Buyer



Nella pratica questo significa:

- conoscere gli strumenti di ricerca e di valutazione dei fornitori
- saper impostare le richieste d'offerta e la documentazione per una gara
- saper individuare sia la tipologia contrattuale più opportuna da utilizzare sia le clausole più rilevanti da inserirvi
- conoscere la metodologia per pervenire ad una conoscenza adeguata del mercato di fornitura e del fornitore utile all'impostazione e gestione di ogni trattativa
- possedere la padronanza delle tecniche di negoziazione necessarie per gestire e concludere una trattativa di acquisto con il fornitore
- essere consapevoli dell'importanza delle attività di gestione del contratto e di valutazione del fornitore successive all'emissione del contratto di acquisto

Questo percorso nasce per accompagnare ogni partecipante nell'“**esplorazione**” di un **portafoglio acquisti** composto da una pluralità di categorie merceologiche per conoscere le specificità e le soluzioni ricorrenti adottate nel loro processo di acquisto. **Lo scopo finale è di raggiungere la completa padronanza delle singolarità contrattuali, negoziali e di approccio e delle loro differenze in funzione della categoria merceologica trattata.**

MODULO 01

ACQUISTI DI BENI STANDARD

- Le fasi del processo d'acquisto
- Possibili interventi sul fabbisogno
- Nuovi fornitori fra scouting, prequalifica e valutazione
- Il portafoglio acquisti fra analisi e azione
- Il caso dei beni commerciali (produttori e distributori)
- Il caso dei ricambi originali e non originali

2 gg

ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI

- Il contratto: elementi costitutivi ed essenziali, oggetto, parti, forma
- Esame delle principali clausole contrattuali
- Le condizioni generali d'acquisto, le condizioni speciali, il Contract Management

Categorie merceologiche esaminate: beni commerciali standard

MODULO 05

ANALISI DI BILANCIO DEI FORNITORI

- Finalità del bilancio
- Distinzione fra aspetti economici ed aspetti finanziari
- Le regole fondamentali del bilancio
- Modalità per analizzare un bilancio e report di solidità finanziaria

2 gg

LA GESTIONE OPERATIVA DEI FORNITORI

- Il Supplier Portfolio come strumento per la gestione ottimale degli acquisti
- Dall'analisi di bilancio ai risvolti operativi per la gestione di un fornitore
- Cenni sui portali fornitori

Categorie merceologiche esaminate: portafoglio acquisti complessivo

MODULO 04

LA TRATTATIVA D'ACQUISTO

- Quando, perché e dove trattare
- Come preparare una trattativa vincente
- Dalla strategia alle tattiche negoziali

2 gg

GIORNATA DEDICATA AI PROGETTI DEI PARTECIPANTI

- Esame e discussione degli elaborati sviluppati dai partecipanti
- Ripasso guidato sui contenuti del percorso

Categorie merceologiche esaminate: componentistica, categorie dei partecipanti

...ESPLORA CON NOI IL TUO PORTAFOGLIO ACQUISTI

MODULO 02

L'ACQUISTO DI SERVIZI

- Capitolato di servizio fra aspetti tecnici e clienti interni
- Le soluzioni ricorrenti nell'acquisto di servizi indiretti
- I rischi dell'outsourcing e possibili tutele
- Il Global Service

2 gg

IL CONTRATTO DI APPALTO

- Oggetto della fornitura e specificità contrattuali
- Il Service Level Agreement
- Aspetti assicurativi
- Responsabilità solidale, sicurezza e gestione subappalti

Categorie merceologiche esaminate: servizio mensa e servizio manutentivo

MODULO 03

ACQUISTI DI BENI E SERVIZI PERSONALIZZATI

- Il Breakdown di Costo ed il Total Cost of Ownership
- L'approccio all'acquisto di lavorazioni
- Le scelte di investimento
- L'analisi di mercato: finalità, fonti e modalità

2 gg

FORME E CLAUSOLE CONTRATTUALI D'USO COMUNE

- Accordi quadro e call off; scelte di ripartizione del fabbisogno
- Clausole relative all'acquisto e gestione di attrezzature, all'aggiornamento prezzi, all'andamento dei cambi; accordi di riservatezza e di esclusiva
- Contratto di subfornitura

Categorie merceologiche esaminate: materia prima, lavorazioni, beni personalizzati

- 10 GIORNATE D'AULA
- SESSIONI DI RIPASSO
- 2 FREE PASS AD EVENTI SELEZIONATI
- PIÙ CATEGORIE MERCEOLOGICHE TRATTATE

BENI STANDARD

ATTREZZATURE

MATERIE PRIME

MANUTENZIONI

BENI PERSONALIZZATI

GLOBAL SERVICE

SAPER ACQUISTARE MERCI E SERVIZI NEL MODO PIÙ ADEGUATO È LA MISSIONE PRINCIPALE DI UNA PROFESSIONE CHE RICHIEDE CONOSCENZE E COMPETENZE SPECIFICHE

Questo percorso ti offre:

● CONOSCENZE:

In aula viene tenuta una **trattazione approfondita del processo d'acquisto, della documentazione connessa** e degli strumenti fondamentali per il buyer

● ESERCITAZIONI:

Lo svolgimento in ogni modulo di esercitazioni finalizzate all'applicazione degli aspetti teorici favorisce il consolidamento delle conoscenze e lo **sviluppo delle competenze operative del "saper fare"**

● SESSIONI DI VERIFICA:

Prove di verifica intermedie al percorso **stimolano il ripasso** e costituiscono un **utile "allenamento"** per chi intende iscriversi agli esami per l'Attestazione Professionale Q2P Adaci di livello L2

● SUPPORTO REGOLARE:

La cadenza mensile degli incontri offre occasioni di confronto regolari con docenti e colleghi utili per un proficuo arricchimento professionale ed anche come **supporto a chi è impegnato nell'attività di preparazione della Tesi di Attestazione L2**

● NETWORKING:

L'iscrizione al percorso comprende nell'anno di frequenza **l'ingresso a 2 eventi associativi** che offrono occasioni di networking con altri Professionisti, aggiornamento sulle novità della professione ed una finestra sul mondo dei fornitori. Gli eventi sono **Negotiorum Fucina e Opportunity50**

Il percorso è suggerito per:

● chi desidera raggiungere il livello di preparazione necessario per affrontare gli esami di attestazione professionale Q2P di livello L2

● senior buyer, category manager e responsabili di funzione che intendono aggiornare la loro preparazione fattuale

L'avvio del percorso è previsto a fine marzo



La legge 4/2013 "Disposizioni in materia di professioni non organizzate" stabilisce che le associazioni, in possesso dei requisiti previsti, possano rilasciare un'attestazione relativa agli standard qualitativi e di qualificazione professionale.

Nell'ambito degli Acquisti e del Supply Management Adaci ha ottenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico il riconoscimento come Associazione dotata dei requisiti per qualificare l'attività dei soggetti che esercitano questa professione.

TARIFFA DI PARTECIPAZIONE AL PERCORSO FORMATIVO	SOCI ADACI	NON SOCI ADACI
PERCORSO L2 10 giornate (tot. 80 ore)	3.800,00 €*	4.300,00 €*

*I prezzi indicati si intendono IVA esclusa

Per poter ottenere l'Attestazione Professionale Q2P è necessario superare i relativi Esami di Attestazione
Per conoscere le modalità di accesso e le quote di iscrizione potete contattare la Segreteria Corsi:
formanagement@adaci.it



Via Imperia 2 - 20142 Milano
Tel. +39 02 40072474 (int. 3)
Fax +39 02 40090246