



20

**Accendiamo
Talent
1998-2018**



ADACI
FORMANAGEMENT
CATALOGO 2018



DA 20 ANNI... ...ACCENDIAMO TALENTI

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

LE NOVITÀ DI QUESTO CATALOGO:



CONTENUTI RINNOVATI E NUOVI DOCENTI

Per restare sempre aggiornati sui temi di attualità
Per formarsi alla digitalizzazione



MAGGIORE FRUIBILITÀ

Grazie ad una offerta più ampia di insegnamenti
a mezzo webinar e alla possibilità di e-tutoring



NUOVE LOCATION DEI CORSI

Più facilmente raggiungibili con i treni Alta Velocità
ed anche all'interno di aziende



PERCORSI ANNIVERSARY

Nel 2018 ADACI Festeggia 50 anni e Adaci Formanagement 20 anni.
Per questa occasione stiamo preparando nuove formule formative
per CPO e per giovani desiderosi di accrescere rapidamente
il loro bagaglio di esperienze (Liquid Procurement Training)

CONSULENZA



CONSULENZA

Approfondimenti a pag. 27

Consulenza organizzativa e strategica delle funzioni acquisti, logistica e supply chain. Supporto operativo per la costruzione dell'albo fornitori, per l'individuazione di adeguate politiche e strategie di approvvigionamento, per la creazione di condizioni generali di acquisto o di format contrattuali specifici.



PERSONAL BUYER

Approfondimenti a pag. 39

Un servizio di affiancamento one-to-one dedicato alle PMI per la costituzione ex-novo o per la ristrutturazione della funzione acquisti, per la formazione on the job del responsabile e dei buyer e per effettuare acquisti per i quali sono necessarie competenze specifiche.

FORMAZIONE



FORMAZIONE

Dettagli da pag. 6

Un'estesa proposta di sessioni formative erogate presso le sedi regionali di Adaci in modalità interaziendale o via webinar. L'offerta è costituita da alcuni percorsi trasversali (base, logistica, responsabili, supply chain) e da numerosi corsi specialistici e di approfondimento. Tutte le materie e gli argomenti trattati sono erogabili anche "in house" presso la vostra azienda.



ASSESSMENT

Approfondimenti a pag. 35

Assessment tecnico degli addetti delle funzioni acquisti, logistica e supply chain per l'individuazione dei gap di conoscenza e di competenze per scopi di natura formativa o riorganizzativa.



MISURAZIONE DELL'EFFICACIA DELLA FORMAZIONE: METODO BEFORE/AFTER

Approfondimenti a pag. 48

Metodo applicabile alle sessioni formative "in house" per la misura oggettiva dell'apprendimento dei temi erogati in aula. La misurazione può essere svolta per gruppi, sottogruppi e singoli partecipanti.

SERVIZI



WORKSHOP

Approfondimenti a pag. 52

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 SERVICE

Approfondimenti a pag. 53

L'azienda in grado di offrire servizi ad alto tasso di innovazione oggi può fruire della visibilità nel network Adaci attraverso Adaci Service. Il socio Adaci ha l'opportunità di far accedere la propria società alle convenzioni di servizio proposte.

RICONOSCIMENTO COMPETENZA PROFESSIONALE



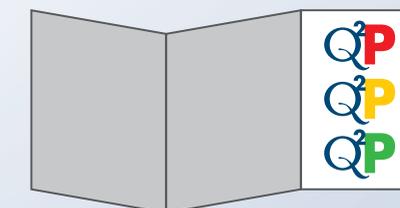
Q2P: ATTESTAZIONE DI QUALIFICAZIONE E DI QUALITÀ PROFESSIONALE DEI SERVIZI ADACI

Approfondimenti da pag. 50 a 51

L'attestazione Q2P Adaci è il plus professionale riconosciuto dal Ministero per lo Sviluppo Economico del quale possono fregiarsi coloro che, occupandosi di acquisti e supply management, assolvono ai requisiti di preparazione e di esame previsti dai tre percorsi di qualifica proposti:

- L1
- livello BASICO**
- L2
- livello PROGREDITO**
- L3
- livello EVOLUTO**

L'Attestazione Q2P Adaci è conseguibile da ciascun professionista, senza distinzione di ruolo, di tipologia di azienda, di settore di attività economica.



Scopri la selezione di corsi adatta al tuo livello nell'allegato posta in fondo al catalogo!

Clicca qui!



LIVELLO DI ATTESTAZIONE	DURATA	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
PERCORSI TRASVERSALI												
 ▶ L1	CBA CORSO BASE ACQUISTI				Per calendario vedere pagg. 10-11							
 ▶ L2	 CBL CORSO BASE LOGISTICA			13-14-27 MI								
 ▶ L3	NRA PERCORSO PER RESPONSABILE ACQUISTI				5-6 MI	17-18 MI	14 MI		26-27 FI	24-25 FI	26 FI	
 ▶ L3 NEW	SCM PERCORSO SUPPLY CHAIN END TO END			1-2 MI	12-13 MI	3 MI						
NUOVI TREND												
 ▶ L3-C NEW	001/a ASPETTI ECONOMICO FINANZIARI PER LA VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI			5 MI			19 BO					
 ▶ L2 NEW	001/b LE NUOVE COMPETENZE DELLA FUNZIONE ACQUISTI		1 MI		20 NA					22 MI		
 ▶ L3 NEW	001/c ASPETTI CONTRATTUALI NELL'ERA 4.0		2 MI							23 MI		
 ▶ L3	002 TECNOLOGIE 4.0 E SUPPLY CHAIN DIGITALI			13 RM			6 TO			1 BO		
 ▶ L3-C	003/a STRUMENTI PER LA FUNZIONE ACQUISTI			6 MI							6 MI	
 ▶ L3 NEW	003/b ALTRI STRUMENTI PER LA SUPPLY CHAIN COLLABORATION			6 MI							6 MI	
 ▶ L2 NEW	004 IL NUOVO REGOLAMENTO DELLA PRIVACY E L'IMPATTO SULLA FORNITURA DI SERVIZI		1 TO, 27 RM	28 MI					13 MI			
1. I PILASTRI DELLA GESTIONE ACQUISTI												
 ▶ L2-0	101 ACQUISTI EFFICACI					7 MI					12 MI	
 ▶ L2	 102 MODALITÀ OPERATIVE PER LO SCOUTING		6 MI		10 BO		5 RM			15 MI		
 ▶ L2-0	103 IL PARCO FORNITORI		12 MI	22 BO			7 PD			3 PI	19 MI	
 ▶ L2 NEW	 104 PREPARARSI AD UNA TRATTATIVA (WEBINAR)		7 			14 			24 			
2. GESTIONE ACQUISTI AVANZATA												
 ▶ L2	201/a LA PROGETTAZIONE DELL'ALBO FORNITORI		13 MI						27 MI			
 ▶ L2	201/b VENDOR RATING		14 MI		16 PD				28 MI			
 ▶ L2	201/c LA VISITA AI FORNITORI			8 MI						10 MI		
 ▶ L3-C NEW	201/d FACTORY ASSESSMENT						30-31 MI				8-9 MI	
 ▶ L2	202 ACQUISTI E ISO 9001:2015		19 MI				31 PI		14 MI			
 ▶ L2	203 KPI E REPORTING						16 MI					
 ▶ L3 NEW	204 KEY RISK INDICATOR			22-23 MI						11-12 MI		
 ▶ L3	205 IL FORNITORE DOMINANTE						21 MI					
 ▶ L3 NEW	206 TEORIA DEI VINCOLI APPLICATA AGLI ACQUISTI		31 MI								26 MI	
 ▶ L3	207 ANALISI DEL VALORE						8 MI					
 ▶ L2	208 EARLY INVOLVEMENT (NUOVO PROGRAMMA)			9 MI						19 MI		
3. CATEGORY MANAGEMENT E ACQUISTI DI SETTORE												
 ▶ L3-C	301 LABORATORIO DI CATEGORY MANAGEMENT (NUOVO PROGRAMMA)		29 MI								7 MI	
 ▶ L2	 302 ABC PER L'ACQUISTO DEGLI INDIRETTI (WEBINAR)			22-23 					11-12 			
 ▶ L2 NEW	 303 LEASE OR BUY (WEBINAR)			20-21 							20-21 	
 ▶ L2	304 LABORATORIO DI GARA PER L'APPALTO DI UN SERVIZIO				17 MI						7 NA	3 MI
 ▶ L3	305 FLEET MANAGEMENT		30 MI					4 MI				



WEBINAR



TESTIMONIANZA ESTERNA



SESSIONE DI E-TUTORING ONE TO ONE

La sigla accanto al titolo di ogni corso indica il livello abbinato all'Attestazione Q2P Adaci. Esistono 3 livelli:

L1 livello **BASICO** **L2** livello **PROGREDITO** **L3** livello **EVOLUTO**

la sigla **"L2-0"** indica un corso obbligatorio per l'ottenimento dell'Attestazione Q2P Adaci
la sigla **"L3-C"** indica un corso suggerito per l'ottenimento dell'Attestazione Q2P Adaci



LIVELLO DI ATTESTAZIONE	DURATA	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno	Luglio	Settembre	Ottobre	Novembre	Dicembre
3. CATEGORY MANAGEMENT E ACQUISTI DI SETTORE (continuazione)												
 ▶ L2	306 ACQUISTARE IT	1gg	pag. 32				25 MI					
 ▶ L3	307 ACQUISTARE LAVORAZIONI MECCANICHE	3gg	pag. 33		7-8-9 BO	28-29-30 TO			17-18-21 RE			11-12-13 NA
 ▶ L3	308 ACQUISTARE LAVORAZIONI PLASTICHE	2gg	pag. 33			10-11 TO						
 ▶ L2	309 IL MERCATO DELL'ENERGIA: POLITICHE E TECNICHE DI ACQUISTO	1gg	pag. 34		8 TO					4 MI		
 ▶ L2	310 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: I PROCESSI DI APPROVVIGIONAMENTO	1gg	pag. 34				15 RM				4 MI	
 ▶ L3	311 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: LE CRITICITÀ OPERATIVE DEL CODICE DEGLI APPALTI	1gg	pag. 35									4 CS
4. LOGISTICA												
 ▶ L2	401 ACQUISTARE TRASPORTI	1gg	pag. 36			19 MI		5 RM		24 MI		
 ▶ L3-C	402/a GESTIONE SCORTE: TEORIA, MODELLI ED ESERCITAZIONI	2gg	pag. 36			8-9 PI		22-23 MI				27-28 BO
 ▶ L3 NEW 	402/b COME SCEGLIERE IL METODO DI PIANIFICAZIONE SCORTE PIU' APPROPRIATO (WEBINAR)	1,5h+1,5h	pag. 37		25-26 			21-22 				
 ▶ L3 NEW 	402/c JIT E KANBAN: APPLICAZIONE PRATICA (WEBINAR)	1,5h+1,5h	pag. 37			19-20 				5-6 		
 ▶ L2	403 LA GESTIONE DEI TRASPORTI E DELLE SPEDIZIONI INTERNAZIONALI DELLE MERCI	1gg	pag. 37			20 MI					16 MI	
 ▶ L3 NEW	404 GUIDA AI PRINCIPALI DOCUMENTI DEGLI ACQUISTI INTERNAZIONALI	1gg	pag. 38				21 BO					5 MI
 ▶ L3-C	405 GLI ASPETTI DOGANALI E FISCALI NEL COMMERCIO ESTERO	1gg	pag. 38					9 MI			20 RM	
 ▶ L2	406 KPI E MONITORAGGIO DELLA FUNZIONE LOGISTICA (NUOVO PROGRAMMA)	1gg	pag. 39									18 MI
5. NEGOZIAZIONE E GESTIONE DELLE RELAZIONI (anche in inglese)												
 ▶ L2	501 LA TRATTATIVA D'ACQUISTO	2gg	pag. 40				15-16 MI		22-23 RM			8-9 MI
 ▶ L2	502 NEGOZIAZIONE: TECNICHE E PSICOLOGIA D'ACQUISTO	2gg	pag. 40					18-19 PI	28-29 MI	19-20 BA		15-16 MI
 ▶ L3	503 CORSO AVANZATO DI PREPARAZIONE ALLA TRATTATIVA	1gg	pag. 41			16 MI			15 PD	25 TO		23 MI
 ▶ L3 NEW	504 TEORIA DEI GIOCHI PER LA NEGOZIAZIONE	1gg	pag. 41			26 MI						29 MI
 ▶ L2 NEW	505 NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE	2gg	pag. 42						24-25 MI			13-14 MI
 ▶ L3	506 NEGOZIARE IN LINGUA INGLESE	2gg	pag. 42					9-10 MI				23-24 TO
 ▶ L3 	507 RELATION AND PERFORMANCE EMPOWERMENT DEI COLLABORATORI	3gg + 4h	pag. 43							20-21 MI		12 MI
6. ECONOMIA E FINANZA NEGLI ACQUISTI												
 ▶ L2-0	601 ECONOMIA E FINANZA: LE CONOSCENZE DI BASE DEL COMPRATORE	1gg	pag. 44							16 MI		12 MI
 ▶ L3-C	602 BILANCIO D'IMPRESA E INDICATORI DI VALIDITA' GESTIONALE E SOLIDITÀ FINANZIARIA DEI NOSTRI FORNITORI	1gg	pag. 44								5 MI	4 NA
 ▶ L2 NEW 	603/a TCO - ONERI OCCULTI (WEBINAR)	3 h	pag. 45									2 MI
 ▶ L3 NEW 	603/b TCO - IL VALORE DELLE MERCI IN DOGANA (WEBINAR)	1,5 h	pag. 45									12 
 ▶ L2 NEW 	603/c TCO - ONERI ACCESSORI (WEBINAR)	3h	pag. 45									17 
7. ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI E CONTRATTUALISTICA												
 ▶ L2-0	701 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI	1gg	pag. 46									9 BO
 ▶ L3	702 ESERCITIAMOCI SU UN CONTRATTO DI APPALTO DI SERVIZI	1gg	pag. 47								7 PD	7 MI
 ▶ L3-C	703 CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE	1gg	pag. 48									18 MI
MASTER E PERCORSI EXECUTIVE												
 ▶ L3	MIP PERCORSO EXECUTIVE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT		pag. 49									MI inizio percorso
 ▶	TOR TORVERGATA MASTER APPROVVIGIONAMENTI E APPALTI		pag. 49									RM inizio master

*Non hai trovato ciò che cercavi?
Scrivici a formanagement@adaci.it*



Percorso formativo associabile all'Attestazione Q2P Adaci di livello basico

L1

Acquistare oggi significa molto di più che soddisfare le esigenze degli enti richiedenti. Il "fai da te" o lo "spontaneismo organizzativo" non sono infatti più sufficienti. 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: Con alle spalle una storia pluridecennale il Corso Base Acquisti di Adaci 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 spazieranno 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 contenuto 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 tipo 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

Per coloro che frequentano il Corso Base Acquisti e intendono conseguire l'attestazione Q2P Adaci di Livello Basico L1 da quest'anno 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. Trascorso questo periodo il candidato potrà ugualmente accedere alle sessioni plenarie di attestazione L1 ma alla tariffa indicata a pag. 54. Per il regolamento completo si veda pag. 51.



LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO				
BARI	1-2-8-9 ottobre			
BOLOGNA	2-4-8-10 maggio	9-11-16-18 ottobre		
MILANO	20-21-27-28 febbraio	19-20-26-27 giugno	18-19-25-26 settembre	13-14-20-21 novembre
PADOVA	15-16-22-23 marzo	8-9-15-16 novembre		
ROMA	5-6-12-13 aprile			
SAN MINIATO (PI)	6-7-13-14 febbraio			
TORINO	3-10-17-24 maggio	4-11-18-25 ottobre		

Percorso formativo associabile all'Attestazione Q2P Adaci di livello progredito L2

Una buona organizzazione logistica supporta le aziende nella gestione operativa e nel raggiungimento dei loro obiettivi. In alcuni casi può addirittura costituire la fonte di un vantaggio competitivo in grado di far eccellere l'azienda rispetto ai concorrenti.

Cionondimeno la conoscenza degli aspetti fondanti della gestione logistica è necessaria ad ogni azienda, sia essa manifatturiera, commerciale o dei servizi, dedicata alla produzione di serie oppure operante a commessa.

A seconda delle varie realtà aziendali cambiano le tipologie di merci da gestire (componenti o prodotti finiti, materiali o arredi, merci destinate ai clienti o materiali da archiviare) ma i principi per una buona gestione logistica sono comunque gli stessi e sono quelli di questa proposta formativa.

Durante il corso sarà cura dei docenti presentare i vari temi illustrandone le specificità al variare del contesto aziendale.

Questo percorso formativo è adatto per:

- figure di nuovo incarico in logistica che necessitano di apprendere i fondamenti della professione
- chi sta facendo un percorso di crescita all'interno della funzione logistica e ha bisogno di strutturare le sue competenze o di integrarle al fine di ottimizzare l'organizzazione e la gestione della funzione stessa
- chi si occupa di acquisti e ha bisogno di formarsi sulla gestione logistica per disporre di ulteriori competenze per governare l'acquisto di beni (in termini di tempi, costi e livello di servizio), da applicare nel contesto della propria azienda o di quella dei fornitori
- chi opera in aziende di servizi e si occupa della gestione fisica delle merci.

Corpo Docente

Manager e Consulenti d'impresa con lunga esperienza professionale in ambito logistico che, oltre a presentare gli aspetti teorici, condivideranno con l'aula l'esperienza ed i modelli che hanno sperimentato sul campo.

Testimonianze

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

LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO

MILANO

13,14,27 Marzo



MODULO 1 DALLA GESTIONE MATERIALI ALLA LOGISTICA

- L'evoluzione della visione da magazzini e trasporti fino alla logistica e al supply chain management
- La logistica: definizioni, livello di servizi e obiettivi
- L'opzione dell'outsourcing logistico

IL MAGAZZINO

- Classificazione dei magazzini e cenni alle reti logistiche
- Aree principali di magazzino: ricevimento, stoccaggio, spedizione
- Esame del layout di magazzino: requisiti di partenza, vincoli, obiettivi e indicatori (utilizzo superficiale, utilizzo volumetrico...)
- Strutture per lo stoccaggio dei materiali
- Mezzi per la movimentazione dei materiali

I PROCESSI DI GESTIONE DEL MAGAZZINO ED I SUPPORTI IT

- Le principali fasi di gestione materiali (descrizione, ausili tecnologici a supporto dei processi, ruoli, punti di attenzione):
 - ricevimento merci
 - stoccaggio
 - prelievo con focus sulle possibili modalità di picking
 - spedizione
- Software per la gestione del magazzino
- Controllo della performance di magazzino: indicatori e strumenti
- Specificità logistiche e differenze organizzative nel caso di aziende manifatturiere o aziende di servizi, con vendita a catalogo o a commessa

MODULO 2 LE SCORTE: CARATTERISTICHE E GESTIONE

- Le scorte: funzioni e tipologie
- 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, l'inventario e le rettifiche
- Le operazioni di macero

ASPETTI LEGALI DELLA LOGISTICA

- Sicurezza: concetti fondamentali per chi opera in un magazzino
- Responsabilità legate alla presenza di cooperative
- Trasporti: il contratto di trasporto e la responsabilità solidale
- Contratto di deposito ed assicurazione
- Cenni agli aspetti assicurativi

MODULO 3 I TRASPORTI

- Caratteristiche delle diverse modalità di trasporto: mare, strada, ferroviario, aereo:
 - caratteristiche mezzi
 - specifiche di imballo
 - documenti necessari
 - infrastrutture connesse
 - struttura dei costi
- Rischi/punti di attenzione e scelte
- I trasporti intermodali
- Distinzione fra Inbound e Outbound
- La reverse logistics: la logistica dei resi e la loro gestione
- Richiami al passaggio di proprietà ed agli Incoterms
- Trasporti internazionali: nomenclatura, dazi ed altri aspetti doganali

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



Percorso formativo associabile all'Attestazione Q2P Adaci di livello evoluto

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 per 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	5-6 APRILE	17-18 MAGGIO	14 GIUGNO
FIRENZE	26-27 SETTEMBRE	24-25 OTTOBRE	26 NOVEMBRE

Per iscrizioni pervenute entro il 30/5 la quota di iscrizione comprende l'ingresso al *Negotiorum Fucina* (dettagli nell'insero centrale)

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
 - Risorse: definizione ruoli, competenze ed organizzazione
 - Obiettivi: interni, interfunzionali e interaziendali focalizzati alla creazione di vantaggi competitivi
 - 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 per l'azienda dei corsisti
- 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: 4 moduli di una giornata più un quinto di mezza giornata

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.

Percorso formativo associabile all'Attestazione Q2P Adaci di livello evoluto

L3

L'elevato grado di interconnessione degli attuali sistemi produttivi fa sì che la gestione della supply chain rivesta, oggi più che in passato, un ruolo fondamentale non solo nelle grandi aziende, ma anche nelle PMI. Da funzione ancillare rispetto alla produzione, la supply chain diventa il tessuto connettivo dell'impresa e ne influenza la capacità di generare valore e utili. Questo percorso si pone l'obiettivo di presentare tecniche e strumenti pratici adeguati alla complessità dello scenario attuale.

DESTINATARI

I destinatari di questo percorso sono **persone che già operano in azienda**, occupandosi di logistica e/o di acquisti e/o di produzione, **desiderose di confrontarsi con figure di esperienza per individuare modalità per rendere più performante la supply chain di cui la loro azienda è parte.**

CONTENUTI

Il percorso prende avvio dai fondamenti del Supply Chain Management che costituiscono la base di conoscenze comuni necessaria per comprendere appieno i modelli e le forme di integrazione e collaborazione che vengono illustrate durante la presentazione dei casi. Nel corso della presentazione dei vari casi l'aula avrà modo di confrontarsi con strumenti classici di valutazione economica e di supporto alle decisioni. Particolare attenzione sarà rivolta alle procedure operative specifiche e all'impatto sulla revisione dei contratti. **Le best practice costituiranno la base dalla quale i partecipanti potranno riconoscersi o riportare in azienda modelli appropriati.** Saranno oggetto di trattazione i nuovi assetti organizzativi di Supply Chain.

DURATA E FREQUENZA

Il percorso si articola su 2 mesi così da offrire ai partecipanti un tempo adeguato per valutare possibili applicazioni nel proprio contesto professionale.



MODULO 1 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- Il contributo della Supply Chain alla performance aziendale:
 - processi presidiati e scelte di base
 - legame fra modello di Business Aziendale e strategia di Supply Chain
 - il modello delle forze competitive di Porter
- La valutazione delle alternative:
 - elementi di Risk Management a supporto delle decisioni
 - esercitazioni fra valutazioni di make or buy tattico / valutazione di un outsourcer / scelte di localizzazione
 - Gap analisi e piano operativo
 - Considerazioni contrattuali

MODULO 2 SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- Possibili configurazioni di Supply Chain al variare dei Modelli di Business :
 - la time based competition:
 - 1) le tipologie di time based competition
 - 2) percorsi evolutivi verso la time based competition
 - 3) il dilemma del ribaltamento
 - time based competition e cost based competition:
 - 1) modelli a confronto
 - 2) scelte strategiche correlate ai diversi percorsi competitivi

MODULO 3 LA PIANIFICAZIONE END TO END

- La pianificazione nella Supply Chain: obiettivi ed ambiti:
 - domanda
 - produzione
 - inventory
 - distribuzione fisica
- Il processo di Sales and Operation Planning per collegare la domanda del mercato alle risorse aziendali e alla supply chain:
 - i requisiti per l'implementazione del S&OP e i suoi vantaggi
 - i risvolti finanziari del S&OP: indici di rotazione del magazzino e capitale circolante
 - S&OP e MPS: come e quando agire sui volumi e sul mix
- Esame di un caso

MODULO 4 PROGETTARE LA SUPPLY CHAIN CON METODO LEAN

- Il lean thinking applicato alla supply chain
- I processi chiave della lean supply chain nell'ottica della riduzione degli sprechi:
 - coinvolgere i fornitori di beni e servizi in una supply chain lean
 - gestione della logistica e dei trasporti alla luce della filosofia lean
- Ottimizzare lo scambio di informazioni per ridurre gli sprechi
- Trovare il giusto equilibrio tra efficienza, stabilità e livello di scorte
- Misurazione delle prestazioni di supply chain come base del miglioramento continuo.

MODULO 5 STRUMENTI A SUPPORTO DELLA PERFORMANCE

- Strumenti IT per la Supply Chain Collaboration
 - la condivisione delle informazioni a supporto della collaboration
 - tipologia di supporto e funzionalità supportate
- Strumenti finanziari a sostegno della Supply Chain
 - gli strumenti più innovativi a supporto della liquidità e stabilità della filiera
 - modalità di attivazione e facilitazioni introdotte nella relazione rapporti cliente -fornitore
- Implementare il cambiamento
 - Pianificare il cambiamento dei processi aziendali:
 - coinvolgere il management e gli stakeholder
 - contestualizzare i modelli
 - individuare attività e mansioni attuali e future
 - Identificare le priorità per massimizzare l'impatto del cambiamento
 - Do-it, blitz, Kaizen, rolling project
 - La misurazione dell'efficacia dei progetti di miglioramento
 - Come garantire nel tempo la sostenibilità dei nuovi processi

LUOGHI E DATE DI SVOLGIMENTO

LUOGO DI SVOLGIMENTO	MODULO 1-2	MODULO 3-4	MODULO 5
MILANO	1,2 MARZO	12,13 APRILE	3 MAGGIO

Per una più approfondita conoscenza di alcuni temi presentati al corso, per sé o per i propri collaboratori, segnaliamo i seguenti corsi specialistici erogabili presso l'azienda cliente:

TITOLO DEL CORSO	DURATA	NOTE
Gestione scorte	2 gg	Comprensivo di esercitazioni numeriche effettuabili sui propri dati di domanda. Programma a pag. 36
Demand Planning	1 gg	Programma su richiesta
S&OP	2 gg	Rivolto ad un team multifunzionale per comprendere modalità di possibile applicazione nel proprio contesto
Lean Supply Chain	1-2 gg	Corso da erogarsi in azienda per impostare un progetto di trasformazione lean

001 ACQUISTARE INNOVAZIONE TECNOLOGICA

La strumentazione del buyer 4.0

001/a ASPETTI ECONOMICO FINANZIARI PER LA VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

L3-C NEW

L'aggiornamento tecnologico dell'azienda spesso costituisce un elemento essenziale per mantenerne la competitività. Per poter decidere riguardo agli investimenti, la direzione aziendale necessita di valutazioni economiche e finanziarie affidabili che le consentano di poter valutare le alternative in modo informato, tenendo in considerazione anche gli impatti organizzativi connessi agli investimenti. Il corso, che presenta le modalità di predisposizione di queste valutazioni, è dunque particolarmente indicato per quanti si trovano a supportare la Direzione nelle decisioni di investimento. Per una maggior efficacia del corso si suggerisce la partecipazione a figure che hanno già un sufficiente livello di padronanza con la struttura e i contenuti di un bilancio aziendale.

OBIETTIVI

- Apprendere i concetti ed i passi necessari per essere in grado di sviluppare in autonomia un Business Plan per la valutazione di un investimento
- Comprendere il processo di valutazione tecnico-economica di un investimento tecnologico per la promozione di nuovi investimenti verso la Direzione Aziendale
- Essere in grado di sviluppare valutazioni tecnico-economiche per un'efficace negoziazione con i fornitori

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Introduzione:
 - Il concetto di Investimento e la sua valutazione economica
 - Richiamo agli elementi di base di un Bilancio Aziendale
 - Il Rendiconto Finanziario
 - Come costruire un Business Plan
 - Le regole per determinare i flussi monetari
- La valutazione tecnico-economica:
 - Le componenti della analisi economica
 - Il valore finanziario del tempo
 - Attualizzazione e Capitalizzazione
 - Attualizzazione dei flussi di cassa
 - Introduzione ai criteri di valutazione più usati (VAN, Payback Time e TIR): calcolo, uso e confronto tra i criteri
- Analisi di casi di interesse:
 - Analisi di problematiche tipiche dell'industria
 - Come decidere
 - Il ruolo degli acquisti

Il corso prevede esercitazioni guidate in Excel e analisi di case study. Si raccomanda di portare il PC.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 5 marzo Milano
• 19 giugno Bologna

001/b LE NUOVE COMPETENZE DELLA FUNZIONE ACQUISTI

L2 NEW

Il momento storico nel quale viviamo è caratterizzato da grandi cambiamenti, molti dei quali saranno irreversibili. L'evoluzione delle nuove tecnologie e dei prodotti che le incorporano o che ne sono il risultato sta cambiando radicalmente il modo di fare impresa. In questo contesto il buyer si trova talvolta a dover gestire tipologie di acquisti per le quali non dispone di specifiche complete, dati storici di prezzo o di liste di potenziali fornitori ma soprattutto che richiedono conoscenze specifiche di prodotto, mercato, processo.

OBIETTIVI

- Comprendere come gestire in modo adeguato ed informato le specificità degli acquisti di tecnologie 4.0
- Cogliere le innovazioni di sistema per portare maggior valore all'azienda

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Le novità introdotte dall'Industry 4.0:
 - Fattori che caratterizzano l'impresa digitale
 - Presentazione delle tecnologie abilitanti:
 - 1) distinzione fra quelle nuove (robot collaborativi...) e quelle esistenti da tempo (stampanti 3D...)
 - 2) principali caratteristiche che un buyer deve conoscere (tipologie di interconnessioni, caratteristiche dei sistemi open source, sistemi di certificazione, protocolli di comunicazione...)
- Impatti sul processo d'acquisto di tecnologia:
 - esame critico della specifica tecnica (aspetti di sicurezza, possibilità di beneficiare di agevolazioni all'acquisto, tecnologia embedded, ridondanze, sistemi di protezione...)
 - impostazione gara
 - comparazione offerte e negoziazione:
 - 1) breakdown di prezzo richiesto, opzioni
 - 2) ulteriori elementi negoziali
 - le clausole contrattuali che non possono mancare
 - gestione dei contratti
- Impatti nella gestione del fornitore:
 - Caratteristiche del fornitore e scouting
 - Gestione del miglioramento continuo e dell'innovazione continua
 - Coinvolgimento dei fornitori negli obiettivi di sviluppo e livelli di partnership
- Come la trasformazione digitale impatterà anche gli acquisti tradizionali, compressione lead time, livelli e strumenti di collaboration, alternative di fornitura

Durata
1 giornata

Edizioni
• 1 febbraio Milano
• 20 aprile Napoli
• 22 ottobre Milano

001/c ASPETTI CONTRATTUALI NELL'ERA 4.0

L3 NEW

La stesura di un contratto di acquisto per tecnologia 4.0 richiede una serie di accorgimenti di natura giuridica molto specifici. Tecnologia significa macchinari, hardware, software e dunque l'articolazione di un contratto in grado di tenere in considerazione la complessità di questi beni e dei servizi a loro associati. Si tratta, infatti di regolare contrattualmente un acquisto di beni strumentali, della loro manutenzione, della ricambistica, delle assicurazioni, della formazione, dell'aggiornamento tecnologico. In molti casi la tecnologia è il frutto di una collaborazione con il fornitore in termini di partnership se non di codesignership; ciò comporta, nella stesura di un contratto, un'attenta valutazione degli aspetti di proprietà intellettuale che possono rappresentare una questione di non secondaria rilevanza. Si osservi infine che non di rado l'acquisto di tecnologia avviene in contesti di fornitura esteri, sia all'interno dell'Unione Europea, sia in paesi terzi. Ciò comporta per il buyer un supplemento di conoscenze e di cautele allo scopo di pervenire a un testo contrattuale che prevenga l'insorgenza di situazioni di contenzioso.

OBIETTIVI

- Esaminare possibili strutture contrattuali indicate per gli Acquisti di beni e servizi a supporto della trasformazione digitale delle imprese
- Esaminare come normali gli aspetti contrattuali relativi alla "vita utile del bene/servizio"

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Caratteristiche principali del contesto Industry 4.0 sotto il profilo legale
- La scelta dei contratti di approvvigionamento
- Contratti per l'acquisto di beni materiali e smart production 4.0
- Contratti di servizi 4.0
- Contratti di approvvigionamento per l'energia ed Energy Performance Contracts nel contesto di Industry 4.0
- L'accesso e la gestione delle informazioni
- Data protection e segreto industriale. Contratti per la cybersecurity
- Contratti per la gestione del Cloud e Big data
- Valutazioni aggiuntive: riduzioni costi, riduzione tempi

Durata
1 giornata

Edizioni
• 2 febbraio Milano
• 23 ottobre Milano

002 TECNOLOGIE 4.0 E SUPPLY CHAIN DIGITALI

Ripensare la strategia a fronte del rinnovato contesto

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. E' 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 marzo Roma
• 1 ottobre Bologna
• 6 giugno Torino



Torna all'indice

003 TECNOLOGIA A SUPPORTO DELLA FUNZIONE

Il progredire della tecnologia e la disponibilità crescente di prodotti di mercato per la gestione della Supply Chain Collaboration hanno reso disponibile una vasta gamma di prodotti standard che possono contribuire a migliorare notevolmente la performance della funzione ed il livello di controllo della filiera, sia lato fornitori sia lato clienti. I risultati possono essere misurati in termini di livello di servizio reso e ricevuto, di riduzione del circolante e degli stock out, di miglior livellamento delle produzioni e di miglior disponibilità di informazioni a supporto della gestione corrente e del processo di pianificazione strategica. I corsi sono rivolti a quanti stanno valutando l'introduzione di questi tool, vogliono comprenderne le potenzialità e i passi per fare una valutazione di quelli che potrebbero essere gli impatti economici, finanziari ed organizzativi conseguenti all'introduzione di tali strumenti.

003/a STRUMENTI PER LA FUNZIONE ACQUISTI

L3-C

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.

OBIETTIVI

- Illustrare il quadro degli strumenti di eSourcing (RfX e Aste online), Vendor Management, Contract Management
- 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
- 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.

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

Saranno disponibili ambienti di demo di diversi vendor.

Durata 4 ore
Edizioni • 6 marzo Milano • 6 novembre Milano

003/b ALTRI STRUMENTI PER LA SUPPLY CHAIN COLLABORATION

L3 NEW

Il corso è rivolto alle funzioni Acquisti, Supply Chain Management e Logistica che hanno la necessità di approfondire la tematica di Supply Chain Collaboration ed anche alle funzioni Sales e Order Entry in quanto gli strumenti presentati possono essere applicati sia al ciclo passivo sia a quello attivo.

OBIETTIVI

- Conoscere il quadro degli strumenti informativi a supporto della Supply Chain
- Valutare le possibili modalità di adozione di tali strumenti ed i relativi benefici e vincoli
- Conoscere ed affrontare le diffidenze delle risorse interne ed esterne nell'utilizzo di tali strumenti per poter gestire al meglio la loro introduzione

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Introduzione agli strumenti di Supply Chain Collaboration
- Panoramica delle tecniche di approvvigionamento e delle possibili modalità di trasposizione su sistemi di Supply Chain Collaboration:
 - Blanket Order
 - KanBan
 - Consignment Stock
 - Buffer Stock
 - VMI
- Gli strumenti di Supply Chain Collaboration come facilitatori della Supply Chain Finance
- Cruscotto delle performance sulla collaboratività dei fornitori
- Parametri sui quali impostare la scelta della soluzione e del fornitore.

Le attività verranno accompagnate dall'illustrazione di un business case per identificare l'opportunità dell'utilizzo di tali strumenti.

Durata 4 ore
Edizioni • 6 marzo Milano • 6 novembre Milano

004 IL NUOVO REGOLAMENTO DELLA PRIVACY E L'IMPATTO SULLA FORNITURA DI SERVIZI

L2 NEW

A decorrere dal 25 maggio 2018 entrerà in vigore il nuovo regolamento sulla privacy e tutte le aziende dovranno essere pronte a riceverne 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 Torino • 27 febbraio Roma
 • 28 marzo Milano • 13 settembre Milano



SINTESI PROPOSTE WEBINAR

Cresce l'offerta di corsi fruibili a distanza destinati a chi vuole ridurre tempi e costi di spostamento

TITOLO	DURATA	PAGINA
104 Prepararsi ad una trattativa	1 modulo da 3 ore	23
302 ABC per l'acquisto degli indiretti	2 moduli da 1,5 ore	31
303 Lease or buy	2 moduli da 1,5 ore	31
402/b Come scegliere il metodo di pianificazione scorte piu' appropriato	2 moduli da 1,5 ore	37
402/c Jit e kanban: applicazione pratica	2 moduli da 1,5 ore	37
603/a TCO - Oneri occulti	1 modulo da 3 ore	45
603/b TCO - Il valore delle merci in dogana	1 modulo da 1,5 ore	45
603/c TCO - Oneri accessori	1 modulo da 3 ore	45



Non hai trovato ciò che cercavi? Faccelo sapere (formanagement@adaci.it)



Sei interessato ad un tema particolare ma non vuoi aspettare fino alla prossima edizione del corso? **Verifica la disponibilità di REGISTRAZIONI AUDIO VIDEO** di precedenti edizioni.



Corsi accessibili direttamente dal tuo PC

101 ACQUISTI EFFICACI

Procedure per la costruzione di un processo d'acquisto eccellente

L2-0

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 una ossatura della funzione acquisti che resta immutata e immutata in qualunque contesto aziendale. Questo corso 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 debbono 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 stesura e l'aggiornamento della specifica tecnica
 - la richiesta di acquisto. definizione della specifica tecnica e distinzione fra requisiti essenziali, importanti e minori
 - il ciclo della richiesta di offerta
- RfI, RfP e RfQ: definizioni e utilizzo:
 - creazione della rdo
 - scelta dei fornitori ai quali rivolgersi (nuovi, potenziali, attivi, partner)
 - invio della rdo
 - ricezione e controllo delle offerte dei fornitori
- Comparazione delle offerte
- Analisi delle offerte sotto il profilo dei costi totali di fornitura; rilanci
 - Esercitazione sul Total Cost of Ownership di un bene materiale e di un servizio
- I format contrattuali: convenzioni, contratti quadro, ordini chiusi e ordini aperti
- La preparazione tecnica alla trattativa:
 - valutazione dei fornitori e della fornitura
 - posizionamento e politiche di trattativa
 - definizione del mezzo di trattativa (mail, telefono, vis a vis, asta on-line)
 - progettazione della trattativa (staff, obiettivi).

Durata
1 giornata

Edizioni
• 7 maggio Milano
• 12 novembre Milano

102 MODALITÀ OPERATIVE PER LO SCOUTING

Giornata di approfondimento su modalità e strumenti 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, comunque dimensionata, 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 e dunque forse come il mondo, 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.

Il corso prevede una testimonianza o un contributo esterno sul tema trattato in aula.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 6 febbraio Milano
• 5 giugno Roma
• 10 aprile Bologna
• 15 ottobre Milano

103 IL PARCO FORNITORI

Analisi, selezione, qualifica e gestione

L2-0

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 siano 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 e per il miglioramento continuo delle forniture.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 12 febbraio Milano
• 7 giugno Padova
• 19 novembre Milano
• 22 marzo Bologna
• 3 ottobre San Miniato (PI)

104 PREPARARSI AD UNA TRATTATIVA

L2 NEW WEBINAR

La trattativa d'acquisto richiede una accurata preparazione. L'analisi dello status 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 sua condizione economica finanziaria e commerciale "al momento". La fornitura viene esaminata con gli strumenti del breakdown del prezzo e del TCO. La preparazione prevede 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 di trattativa.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Modalità di organizzazione della trattativa: processo d'acquisto, rilanci, sistemi di comparazione delle offerte
- Dimensioni della preparazione:
 - il buyer
 - il fornitore: analisi economica-commerciale e analisi SWOT
 - la fornitura: specifica tecnica, breakdown del prezzo e cenni di TCO
 - il mercato: conoscenza e posizionamento



Durata
1 webinar da 3 ore

Edizioni
• 7 febbraio
• 24 settembre
• 14 maggio

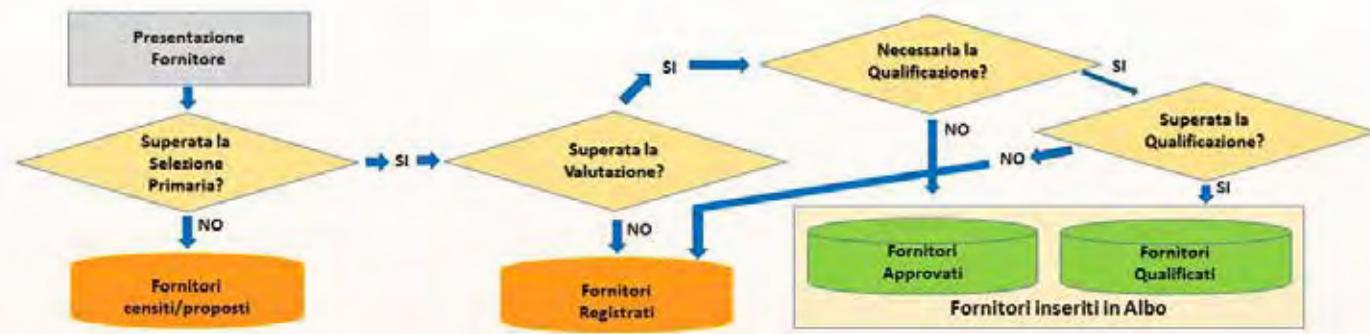
ECCO GLI ALTRI "PILASTRI" DELLA GESTIONE ACQUISTI:

501 LA TRATTATIVA D'ACQUISTO
601 ECONOMIA E FINANZA: LE CONOSCENZE DI BASE DEL COMPRATORE
701 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI

◀ Torna all'indice

201 LA COSTRUZIONE E GESTIONE DELL'ALBO FORNITORI

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 Dotarsi di un Albo Fornitori progettato sulla base delle esigenze aziendali e regolarmente alimentato con nominativi di nuovi fornitori e con feedback sulle



201/a LA PROGETTAZIONE DELL'ALBO FORNITORI

L2

Il corso presenta le fasi progettuali per la costruzione dell'Albo Fornitori ed affronta gli snodi e le criticità del processo di implementazione con particolare cura delle interfacce verso l'esterno e l'interno dell'azienda. Ogni partecipante potrà applicare la metodologia presentata declinandola in base alla dimensione dell'azienda di appartenenza e alla specificità dell'attività economica svolta.

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
- Costruire le procedure di approvazione e di qualifica fornitori.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- 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

Durata
1 giornata

Edizioni
• 13 febbraio Milano • 27 settembre Milano

201/b VENDOR RATING

La valutazione a consuntivo dei fornitori attivi

L2

Nel nostro paese la locuzione "Vendor Rating" è sinonimo di "Valutazione a consuntivo delle performance dei fornitori attivi" e di "Valutazione periodica dei loro parametri economici, finanziari e commerciali", mentre la valutazione dei fornitori potenziali è descritta dall'espressione "Valutazione preventiva dei fornitori potenziali". E se questa preventiva è trattata diffusamente nel corso 201/a "La progettazione dell'albo fornitori", quella consuntiva costituisce l'oggetto esclusivo di questo insegnamento. Il Vendor Rating è lo strumento di monitoraggio dei fornitori che provvede a cogliere le modificazioni in atto nei fornitori per misurarne l'efficacia e per stabilirne il grado di affidabilità. Di grande rilevanza è la metodologia di misurazione la quale, se fondata su indicatori di natura oggettiva, può offrire riscontri accurati e inconfutabili. Decisivi, inoltre, sono il criterio di selezione dei fornitori ai quali applicare lo strumento, la frequenza della rilevazione nonché l'uso dei dati raccolti nella relazione con il fornitore monitorato.

OBIETTIVI

- Comprendere come creare i questionari per la valutazione consuntiva dei fornitori attivi e sperimentarsi nel redigerne e impraticarsi nella scelta dei parametri
- Esaminare alcuni algoritmi frequentemente utilizzati per valutare la performance dei fornitori

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- 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
1 giornata

Edizioni
• 14 febbraio Milano • 16 aprile Padova
• 28 settembre Milano

parte dei fornitori. performance dei fornitori attivi può dunque considerarsi una importante fonte di vantaggio competitivo per un'azienda.

201/c LA VISITA AI FORNITORI

Progettazione e conduzione delle 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 quale 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
• 8 marzo Milano • 10 ottobre Milano

201/d FACTORY ASSESSMENT

L3-C NEW

Una verifica approfondita dell'organizzazione della produzione e/o della struttura tecnico-qualitativa del prodotto spesso costituisce un'attività determinante per **assicurare forniture di qualità e ridurre i rischi di fornitura**. La visita al fornitore che abbia l'obiettivo di una verifica degli impianti, delle linee di produzione e delle attrezzature deve essere progettata, organizzata e condotta in modo diverso rispetto alla visita ispettiva o di qualifica. Gli aspetti di natura tecnica e tecnologica di un sopralluogo di "factory assessment" sono prevalenti e sono da personalizzare con grande attenzione in funzione della tipologia di azienda sottoposta a ispezione.

Allo scopo di supportare le funzioni Acquisti e Qualità nello sviluppo di competenze di analisi di produzione e prodotto, il corso presenterà una serie di modelli concettuali e strumenti operativi nonché una ricca casistica di esperienze di alcuni settori industriali ad alta complessità (Automotive e Oil&gas).

OBIETTIVI

- Trasmettere ai partecipanti le tecniche di progettazione e di conduzione di una visita di Factory Assessment
- Rendere disponibili i modelli di reportistica post-visita

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- L'analisi strategica del contesto operativo
- Principi di risk analysis
- Il Factory assessment e la Production readiness evaluation
- Supplier Development & Supplier Improvement
- Identificazione e gestione dei rischi per la business continuity
- Push vs. Pull
- Diagrammi di flusso e value stream mapping
- Lean approach
- Approcci diversi per fornitori diversi
- Visual management

Durata
2 giornate

Edizioni
• 30-31 maggio Milano • 8-9 novembre Milano

◀ Torna all'indice

202 ACQUISTI E ISO 9001:2015

Metodi e strumenti per trarre vantaggio competitivo dall'applicazione della norma 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 protezione dai rischi che potrebbero minare il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Il corso illustra come calare questo nuovo approccio nella specificità delle attività d'acquisto e nelle relazioni con i fornitori. A partire dalla 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 classiche: LCC o fornitori locali, partners o fornitori, free pass o controlli in accettazione, SQE o SDE
- da adottare per impostare criteri di selezione, valutazione fornitori, benessere, PPAP, audit di processo, requisiti di fornitura.

Durante la giornata i partecipanti si eserciteranno nell'applicazione di quanto richiesto dalla norma utilizzando alcuni strumenti utilizzati in contesti industriali esigenti, come quello dell'automotive.

OBIETTIVI

- Illustrare e analizzare le principali novità... senza approccio "burocratese"
- Illustrare possibili modalità e strumenti che possono trasformare la certificazione in variabile competitiva, soprattutto per le aziende Italiane
- Fornire esempi di "best practices" e 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
- Audit, controllo e approvazione dei processi affidati all'esterno: Supplier Quality Engineer o Supplier Development Engineer? Esempi di check-list di verifica dei processi
- Selezione e omologazione Fornitori: esempi di check-list di omologazione Fornitori
- Valutazione delle prestazioni dei Fornitori: considerazioni sul sistema di Vendor Rating
- Requisiti di fornitura: dalla fattibilità preventiva al benessere alla produzione. Esempi di strumenti utilizzabili per non ricevere spiacevoli sorprese
- KPI e reporting: PPM o %? Quali indicatori scegliere e utilizzare? Quali alternative per il calcolo dell'On Time Delivery?

Durata
1 giornata**Edizioni**
• 19 febbraio Milano • 31 maggio San Miniato (PI)
• 14 settembre Milano

203 KPI E REPORTING

Come costruire il Tableau de Bord delle performance della funzione acquisti

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 consentirà 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 il 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**
• 16 maggio Milano

204 KEY RISK INDICATOR

L3 NEW

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 e' 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 esauritive 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**
• 22-23 febbraio Milano • 11-12 ottobre Milano

CONSULENZA



Adaci Formanagement ha costituito uno staff di esperti per il supporto alle aziende che intendono agire su:

- Posizionamento, politiche e strategie di approvvigionamento
- Organizzazione, riorganizzazione, ristrutturazione e adeguamento della funzione acquisti e supply chain
- Analisi e ricreazione dei processi
- Politiche di motivazione del personale
- Sistemi di misurazione delle performance (dei fornitori, della funzione acquisti, ecc.).

La consulenza di Adaci Formanagement è fondata su due fasi separate.

In una prima fase di analisi "as is" viene effettuata una visura del sistema sul quale il cliente intende operare e si individuano le linee guida dell'intervento di miglioramento, le quali sono successivamente definite e perfezionate nella **fase "to be"**.

I capi progetto e i consulenti sono selezionati in funzione della tipologia dell'azienda (industriale, del settore terziario, azienda pubblica, multinazionale, ecc.) e della caratteristica di supporto richiesto.

205 IL FORNITORE DOMINANTE

Un approccio sistematico per affrontare le situazioni di fornitore vincolato

L3

I mercati dell'offerta non sono sempre competitivi e talvolta occorre operare in situazioni in cui, a causa della struttura del mercato, il rapporto di potere è sbilanciato a favore del fornitore. In siffatta situazione può capitare che lo stesso usi la sua posizione dominante a proprio esclusivo vantaggio. Come ci si comporta in questi casi? Com'è possibile tornare ad una situazione bilanciata o almeno ridurre l'entità dello squilibrio? E' possibile prevenire queste situazioni? La gestione di queste relazioni strategiche è una delle attività a maggior valore aggiunto del supply manager, ma è anche un'attività complessa che richiede la padronanza di strumenti adeguati. Per supportare l'apprendimento e sperimentare le tecniche e le competenze necessarie, l'aula verrà divisa in gruppi ed ogni gruppo, focalizzandosi su un caso reale proposto dai partecipanti, applicherà le metodologie presentate.

OBIETTIVI

- Predisporre le linee guida di un piano di gestione da applicare una volta rientrati in azienda
- Analizzare e discutere le "leve operative" a disposizione del compratore per riportare il rapporto di fornitura ad una situazione più equilibrata o per gestire in modo oculato l'exit strategy del fornitore dominante.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Introduzione al tema: rapporti clienti/fornitori e posizioni di dominanza
- Le leve operative degli acquisti
- Esercitazione 1: Definizione della strategia di acquisto
- Situazioni e tipologie di fornitore dominante
- Esercitazione 2: Analisi criticità delle situazioni di dominanza
- Esercitazione 3: Analisi delle cause di situazioni di dominanza
- Strategie e processi di gestione delle criticità
- Analisi e gestione di un caso di dominanza operativa
- Esercitazione 4: Piano di gestione della dominanza.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 21 maggio Milano

206 LA TEORIA DEI VINCOLI
APPLICATA AGLI ACQUISTI

L3

NEW

Ogni funzione aziendale è chiamata a contribuire ai risultati aziendali tramite il raggiungimento di obiettivi specifici. Per farlo oggi i manager possono contare su un ulteriore supporto offerto loro dalla Teoria dei Vincoli (anche detta TOC, dall'inglese Theory of Constraints). Si tratta di un modello gestionale ancora poco diffuso ma che si è rivelato particolarmente efficace. L'assunto di base della teoria è che esistono pochi fattori significativi (i vincoli) che possono ostacolare il raggiungimento di un obiettivo. In ambito Operations, apprendere le tecniche per individuarli, consente di trovare possibili soluzioni ai colli di bottiglia così da accrescere la flessibilità del sistema produttivo. Il corso, dopo l'introduzione del modello, ne presenterà l'applicazione pratica alla produzione ed i conseguenti risvolti nella gestione Acquisti, specie nella relazione con i fornitori.

Il corso è indicato per Buyer, Responsabili Acquisti, Pianificatori della produzione e Responsabili di produzione.

OBIETTIVI

- Migliorare la propria efficacia manageriale, grazie all'apprendimento di una metodologia strutturata per individuare i principali vincoli presenti nella catena di fornitura che limitano il raggiungimento di un obiettivo così da poterli affrontare adeguatamente
- Fare pratica nella ricerca ed analisi dei vincoli di filiera e delle possibili soluzioni da adottare nella gestione Acquisti

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Introduzione alla teoria dei vincoli
- Il concetto di "vincolo"
- Come agire per sfruttare al meglio il vincolo
- Le regole di priorità per ottimizzare la produzione
- Le regole per gli acquisti
- La misurazione delle prestazioni produttive
- I vincoli nel processo produttivo
- La misurazione delle prestazioni del fornitore
- Implementare la Toc con i fornitori
- Il concetto di "vincolo" all'interno dell'organizzazione
- Il sistema Drum Buffer Rope
- Toc e Lean modelli a confronto

Durata
1 giornata

Edizioni
• 31 gennaio Milano • 26 novembre Milano

207 ANALISI DEL VALORE

Per la verifica della possibilità di un'alternativa di fornitura

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 una 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
- Le applicazioni nei diversi campi d'attività (progettazione, costruzioni, vendita)
- L'applicazione in ambito approvvigionamenti
- La formula del valore: $I = W/C$
- La valenza della formula del valore per gli approvvigionamenti
- La realizzazione dell'alternativa di fornitura
- Il contorno necessario per costruire un sistema teso all'alternativa di fornitura (early involvement con i clienti interni, partnership con i fornitori chiave)
- La comparazione delle soluzioni (funzionalità + costo)
- Creazione dei parametri di comparazione
- Attribuzione dei pesi
- La tabella di comparazione del valore
- La tabella di comparazione del costo
- La tabella di comparazione finale (valore+costo)
- Esercitazione in continuo di analisi del valore su beni e servizi proposti dai partecipanti.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 8 maggio Milano

208 EARLY INVOLVEMENT

Per lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi

L2

NUOVO
PROGRAMMA

Il contributo in termini di risparmio che gli acquisti possono dare allo sviluppo di nuovi prodotti o di nuovi servizi, attraverso la spinta alla standardizzazione e l'appropriata definizione dei requisiti delle loro principali componenti, è significativo e spesso determinante per il successo sui mercati di vendita. Il coinvolgimento precoce degli acquisti e dei fornitori innovativi consente altresì di ridurre il tempo di lancio dei prodotti/servizi, con ulteriori vantaggi economico-finanziari. Concetti semplici, quelli alla base dell'early involvement, che implicano un'effettiva collaborazione sia interfunzionale sia interaziendale.

La giornata di formazione propone in primo luogo un esame dettagliato di due casi di riprogettazione di un prodotto e di un servizio e, successivamente, lo sviluppo dei procedimenti di early involvement.

OBIETTIVI

- Acquisire le informazioni e le nozioni necessarie per affiancare e coadiuvare gli enti tecnici nella riprogettazione di nuovi beni e nuovi servizi
- Familiarizzare con il concetto e con le modalità esecutive dell'early involvement.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

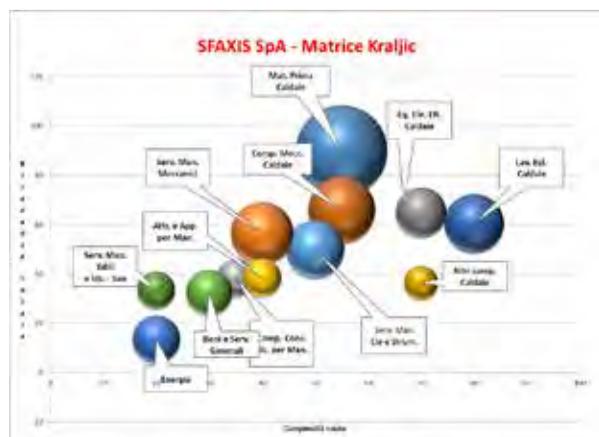
- Considerazioni inerenti la strategia competitiva
- Le fasi di sviluppo prodotto
- Peculiarità del processo di acquisto
- La curva del valore aggiunto del processo di acquisto
- Classificazione dei rapporti di fornitura complessi
- La Partnership: configurazioni e modelli
- Il modello di Kaufman, Wood e Theyel
- Differenti ruoli dei partners nel processo di sviluppo prodotto
- Correlazione tra istante e livello di coinvolgimento del fornitore nel processo di sviluppo prodotto
- Il processo di Early Involvement
- Caratteristiche di ESI ed EPI nell'Early Involvement
- Elementi influenzanti l'impostazione di una strategia inerente l'Early Involvement
- Il team approach per lo sviluppo ed il lancio dei nuovi prodotti ed il team working
- Principi di VA/VE
- Il target costing nello sviluppo dei nuovi prodotti

Durata
1 giornata

Edizioni
• 9 marzo Milano • 19 ottobre Milano

QUALI CATEGORIE MERCEOLOGICHE TRATTI?

Essere buyer richiede conoscenze dei processi d'acquisto ma richiede spesso conoscenze specifiche legate alla categoria merceologica trattata. Che si tratti di beni o di servizi, di acquisti diretti o di acquisti indiretti ti offriamo una panoramica di corsi specifici per supportarti laddove hai necessità



Sei un buyer senior ma hai bisogno di formarti rapidamente circa una nuova merceologia che ti è stata assegnata? Frequenta un nostro **MODULO DI APPROFONDIMENTO MONOTEMATICO** ed entra subito nel tema senza divagazioni.

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 LABORATORIO DI CATEGORY MANAGEMENT

NUOVO
PROGRAMMA

L3-C

La filosofia e la pratica del category management si sono consolidate presso le funzioni acquisti delle aziende di ogni dimensione e appartenenti a tutti i settori di attività economica. La ragione della diffusione di questa modalità di organizzazione della funzione acquisti risiede nella progressiva affermazione della consapevolezza che soltanto professionisti degli acquisti fortemente specializzati in un singolo settore merceologico hanno la possibilità di agire con successo sui mercati d'acquisto. Il buyer che viene "promosso" category manager ha l'assoluta necessità di apprendere le tecniche e le regole chiave dei nuovi compiti che è chiamato ad assolvere: attitudini analitiche, competenze tecniche e contrattuali, strumenti di indagine dei mercati d'acquisto, predisposizione alla gestione di ambiti di fornitura complessi e mutevoli, capacità relazionali all'interno e all'esterno dell'azienda. Esiste di fatto un vademecum tecnico e comportamentale che il category manager deve conoscere ed applicare per affrontare con successo la sua attività.

OBIETTIVI

- Elaborare un report di autodiagnosi delle proprie attitudini e delle proprie competenze ed individuare eventuali azioni di miglioramento
- Apprendere le informazioni e le nozioni per applicare alle categorie merceologiche gli strumenti di marketing d'acquisto, analisi costo e TCO ed esercitarsi nel loro utilizzo
- Acquisire gli elementi di conoscenza per l'esplorazione e la gestione dei mercati d'acquisto.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il profilo del category manager:
 - attitudini analitiche e relazionali, competenze tecniche e contrattuali, la conoscenza dei mercati d'acquisto
 - definire la propria area di competenza merceologica
 - Esercitazione: analisi delle proprie attitudini/competenze e delle informazioni necessarie di natura tecnica, contrattuale e di mercato
- La strategia d'acquisto per una categoria merceologica
 - possibili opzioni e passi da seguire per la sua definizione
 - Esercitazione di personalizzazione degli strumenti di analisi per i beni e i servizi afferenti l'area merceologica di competenza: l'analisi costo e il total cost of ownership
 - la conoscenza dei mercati d'acquisto: mercati nazionali, mercati UE, mercati extra UE
 - Esercitazione sull'impostazione della strategia d'acquisto per una categoria
 - l'interazione tra category manager nazionali e category manager internazionali
- Il "piano acquisti" come sintesi delle scelte di category management.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 29 gennaio Milano • 7 novembre Milano

302 ABC PER L'ACQUISTO DEGLI 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
2 webinar da 1,5 ore

Edizioni
• 22-23 febbraio
• 11-12 settembre

303 LEASE OR BUY

L2 NEW 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
2 webinar da 1,5 ore

Edizioni
• 20-21 marzo
• 20-21 novembre

304 LABORATORIO DI GARA PER L'APPALTO DI UN SERVIZIO

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.



Durata
1 giornata

Edizioni
• 17 aprile Milano • 7 novembre Napoli
• 3 dicembre Milano

305 FLEET MANAGEMENT

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
• 30 gennaio Milano • 4 luglio Milano

306 ACQUISTARE IT

L2

L'acquisto di prodotti e servizi di Information Technology (IT) si caratterizza come un'attività ad elevata complessità. Trattasi 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.

SE HAI QUALCHE PROBLEMA SPECIFICO O
ESIGENZA PARTICOLARE, MANDACI UNA E-MAIL;
LA TRASFERIREMO AL DOCENTE AFFINCHÉ NE
POSSA TENERE CONTO NEL CORSO DELLA SUA
PRESENTAZIONE

Durata
1 giornata

Edizioni
• 25 giugno Milano

307 ACQUISTARE LAVORAZIONI MECCANICHE

Corso tecnico di preventivazione rapida

L3

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
• 7-8-9 marzo Bologna • 28-29-30 maggio Torino
• 17-18-21 settembre Reggio Emilia • 11-12-3 dicembre Napoli

308 ACQUISTARE LAVORAZIONI PLASTICHE

Tecniche per la preventivazione e l'analisi costo di componenti plastici

L3

Un'esigenza comune di chi acquista particolari a disegno in materiale plastico 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 i 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 prevede il breakdown dei costi di prodotto declinandoli sulla base dei driver di costo legati allo stampaggio di particolari in plastica.

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.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 10-11 aprile Torino

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

L2

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
- Distrararsi 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
• 8 marzo Torino • 4 ottobre Milano

310 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: I PROCESSI DI APPROVVIGIONAMENTO

Evoluzione del ruolo dei Provveditorati in relazione ai nuovi modelli di centralizzazione dei processi di acquisto

L2



Negli ultimi anni il processo di approvvigionamento in ambito pubblico sta vivendo una profonda trasformazione: la costituzione di centrali di committenza a livello nazionale e l'attivazione di soggetti aggregatori a livello regionale sta modificando il ruolo delle stazioni appaltanti in quanto, collocando al di fuori delle aziende le fasi di progettazione della gara, selezione del contraente e aggiudicazione, focalizza l'attenzione del provveditore sulla programmazione/formulazione dei fabbisogni e sulla gestione dei contratti.

Una scarsa attenzione alla fase di definizione dei fabbisogni e il non utilizzo di codifiche previste a livello centrale può infatti determinare una non corretta progettazione della gara e conseguentemente il ricorso a procedure di acquisizione autonome, così come una non corretta interpretazione delle condizioni contrattuali, il mancato rispetto dei limiti quantitativi e qualitativi del contenuto delle prestazioni o la richiesta di prestazioni non comprese nelle opzioni di variazione, possono inficiare la corretta gestione degli accordi contrattuali.

DESTINATARI

- Responsabili degli Uffici di Provveditorato e Economato delle Stazioni Appaltanti
- Responsabili ed operatori delle Centrali di Committenza
- Figure commerciali e direzionali delle aziende fornitrici la PA.

OBIETTIVI

Affrontare i principali aspetti correlati all'applicazione delle nuove normative in materia di appalti nella PA, fornendo ai partecipanti elementi di riflessione in merito agli aspetti di maggior attenzione e criticità nella gestione dei processi di approvvigionamento.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il Sistema Approvvigionamenti: i nuovi modelli organizzativi e i cambiamenti legislativi che li caratterizzano a livello nazionale e regionale; le ricadute sul processo di acquisto nella PA.
- Le macro fasi del processo di approvvigionamento: definizione del fabbisogno, progettazione e indizione della gara, valutazione offerte e scelta del contraente, sottoscrizione e gestione del contratto
- Ruoli e competenze nei Soggetti aggregatori e delle Stazioni appaltanti in relazione a tale processo
- Caratterizzazione delle varie macro fasi in termini di articolazione delle stesse, attività critiche sotto il profilo dell'efficacia di approvvigionamento e della prevenzione della corruzione, attori coinvolti
- Gli acquisti sotto-soglia, il regolamento per gli "acquisti in economia" e l'utilizzo del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA).

Durata
1 giornata

Edizioni
• 15 febbraio Roma • 4 giugno Milano

311 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: LE CRITICITÀ OPERATIVE DEL CODICE DEGLI APPALTI

Il "come fare" di una legge innovativa e di complessa applicazione

L3



Il corso ha lo scopo di presentare ai Responsabili delle stazioni appaltanti della Pubblica Amministrazione e ai Manager delle aziende private che operano con aziende pubbliche le migliori soluzioni alle criticità applicative dell'ultimo codice degli appalti. Dalla sua approvazione il 3 marzo 2016, il DLgs 50 è stato variamente interpretato e, con difficoltà, diffusamente reso operativo. Ad oggi sono mancanti molti decreti attuativi e non esiste una disciplina consolidata sulle modalità di attuazione di molte tra le innovazioni previste dal codice. Se l'obiettivo del legislatore è stato quello di razionalizzare il processo di approvvigionamento, di assicurare la trasparenza e di introdurre la possibilità di un ampio controllo nell'ottica di una maggiore modernità operativa, è acclarato come nella pratica quotidiana le amministrazioni e le aziende pubbliche soggette al codice non siano state dotate di una guida sicura. Questo corso si propone di entrare dentro gli snodi chiave della legge 50 e, dal punto di vista di una buona e sana pratica degli acquisti, di offrire le chiavi di accesso ai risvolti più controversi del disposto legislativo.

OBIETTIVI

- Affrontare le tematiche chiave del nuovo decreto individuando:
- gli aspetti di innovazione rispetto al passato
 - i punti di maggiore criticità applicativa

DESTINATARI

- Responsabili degli uffici gare e appalti delle stazioni appaltanti
- Responsabili delle funzioni acquisti delle aziende private
- Figure commerciali e direzionali delle aziende fornitrici
- Professionisti interessati alla materia trattata

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- I principi relativi all'affidamento di contratti pubblici
- La pianificazione della programmazione e della progettazione
- I principi comuni relativi alle modalità di affidamento
- I requisiti per l'accesso alle gare
- La qualificazione delle stazioni appaltanti delle centrali di committenza e delle imprese
- Gli accordi quadro, i sistemi dinamici di acquisizione, le aste elettroniche e i cataloghi elettronici
- Le modalità di selezione delle offerte
- I criteri di affidamento per i servizi di ingegneria e architettura
- Il Responsabile Unico del Procedimento (RUP)
- Il subappalto
- L'avvalimento
- I sistemi di qualificazione
- La camera arbitrale e l'albo degli arbitri.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 5 giugno Milano • 4 dicembre Rende (CS)

ASSESSMENT



Allo scopo di individuare il livello di competenza e di conoscenza degli addetti e dei responsabili delle funzioni acquisti, logistica e supply chain, Adaci Formanagement applica una accurata metodologia di **assessment tecnico** che è il risultato di una decennale ricerca, di studi approfonditi e di test di verifica sul campo.

La tecnica dell'**assessment Adaci** prende avvio dall'**esame delle esperienze professionali** dell'addetto o del responsabile con il preciso obiettivo di evidenziare le competenze maturate e stabilire il livello di padronanza delle tecniche operativo-gestionali.

Successivamente viene richiesto all'esaminando di **disegnare il processo di acquisto**, o la sezione di sua competenza, con il dettaglio delle procedure applicate e degli strumenti utilizzati.

Dopo un break di circa 15 minuti gli viene sottoposto un **questionario elaborato "ad personam"** su quegli aspetti procedurali e tecnici che nelle fasi di intervista precedenti sono apparsi più critici.

Al termine viene elaborato e inviato al cliente un **report di assessment** che contiene:

- Il resoconto sintetico dell'andamento delle tre fasi dell'intervista
- L'elenco degli argomenti e delle questioni per i quali l'intervistato ha palesato una scarsa conoscenza e/o padronanza
- Il commento sull'idoneità al ruolo ricoperto completato da un progetto formativo nel quale sono dettagliati i temi di approfondimento e le tecniche didattiche.

Torna all'indice

CBL CORSO BASE LOGISTICA*I fondamenti per una gestione efficace*

L2

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il magazzino: caratteristiche, processi e supporti IT
- Le scorte: caratteristiche e gestione
- Aspetti legali della logistica
- I trasporti

SCHEDA COMPLETA,
PROGRAMMA E DETTAGLI
A PAGG. 12-13

Durata

3 giornate

401 ACQUISTARE TRASPORTI

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. La giornata di approfondimento è dedicata 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
- Definizione dei riferimenti normativi, legali e contrattuali
- 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

Durata

1 giornata

Edizioni

- 19 aprile Milano
- 5 luglio Roma
- 24 ottobre Milano

402 GESTIONE SCORTE

Stabilire il corretto livello di scorta è uno dei compiti di maggior rilievo delle figure di responsabilità della logistica aziendale. La riduzione delle scorte si può ottenere non solo con una oculata pianificazione degli acquisti ma anche attraverso l'utilizzo di metodologie organizzative del magazzino alternative.

402/a GESTIONE SCORTE: TEORIA, MODELLI ED ESERCITAZIONI

L3-C

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 giornate

Edizioni

- 8-9 marzo San Miniato (PI)
- 22-23 maggio Milano
- 27-28 novembre Bologna

402/b COME SCEGLIERE IL METODO DI PIANIFICAZIONE SCORTE PIU' APPROPRIATO

L3

NEW WEBINAR

Clienti 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

2 webinar da 1,5 ore

Edizioni

- 25-26 gennaio
- 21-22 giugno

402/c JIT E KANBAN: APPLICAZIONE PRATICA

L3

NEW 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

2 webinar da 1,5 ore

Edizioni

- 19-20 marzo
- 5-6 luglio

403 LA GESTIONE DEI TRASPORTI E DELLE SPEDIZIONI INTERNAZIONALI DELLE MERCI

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

- 20 marzo Milano
- 16 ottobre Milano

Torna all'indice

404 GUIDA AI PRINCIPALI DOCUMENTI
DEGLI ACQUISTI INTERNAZIONALI

L3 NEW

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 doganamento
- 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'esportatore

Durata
1 giornata

Edizioni

- 21 febbraio Bologna
- 20 settembre Roma
- 6 giugno Milano
- 5 dicembre Milano

405 GLI ASPETTI DOGANALI E FISCALI
NEL COMMERCIO ESTERO

L3-C

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'esportatore autorizzato e l'operatore economico autorizzato (AEO).

Durata
1 giornata

Edizioni

- 9 maggio Milano
- 22 novembre Milano

406 KPI E MONITORAGGIO
DELLA FUNZIONE LOGISTICANUOVO
PROGRAMMA

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.

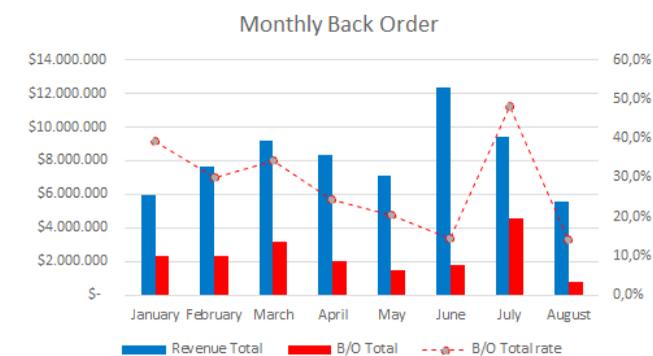
Costruire un cruscotto per comunicare alla direzione aziendale le attività in corso e i miglioramenti ottenuti è un ottimo modo per valorizzare il lavoro svolto e il contributo decisivo che la logistica può dare al risultato aziendale.

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

- 26 febbraio Milano
- 18 ottobre Milano

PERSONAL BUYER



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)

◀ Torna all'indice

501 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
• 15-16 febbraio Milano • 22-23 maggio Roma
• 8-9 ottobre Milano

502 NEGOZIAZIONE: TECNICHE E PSICOLOGIA D'ACQUISTO

Sessione complementare per approfondire i contenuti psicologici e comunicazionali

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 percorso di studio proposto sarà 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 501.

Durata
2 giornate

Edizioni
• 18-19 aprile San Miniato (PI) • 28-29 maggio Milano
• 19-20 giugno Bari • 15-16 novembre Milano

503 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 evidenzia le criticità e ne avvia la discussione 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 passerà 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 od elettronica / conflittuale, collaborativa...
 - definizione dello staff negoziale
- Monitoraggio della trattativa e lesson learnt.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 16 marzo Milano • 15 maggio Padova
• 25 settembre Torino • 23 novembre Milano

504 TEORIA DEI GIOCHI PER LA NEGOZIAZIONE

Un vantaggio per la Direzione Acquisti

L3

NEW

La Teoria dei Giochi continua ad essere uno strumento importante, anche se non l'unico, nella modellizzazione dei problemi di strategia, cooperazione e competizione nelle scienze sociali. Questo corso propone ai partecipanti di applicarne le caratteristiche principali alla trattativa del buyer, in modo da incrementare la comprensione dei problemi relativi alla razionalità delle scelte e delle strategie adottate nel corso di una negoziazione. Ogni trattativa può presentare i tratti del "dilemma del prigioniero" o del "Chicken game", innescando meccanismi logici che possono essere difficili da comprendere senza un'adeguata preparazione. In particolare il corso si concentrerà sulle caratteristiche delle strategie di cooperazione e non-cooperazione nella negoziazione.

OBIETTIVI

- Sviluppare una migliore capacità di analisi dei problemi negoziali
- Applicare strategie cooperative e non-cooperative alla trattativa del buyer, con i relativi limiti
- Comprendere caratteristiche e limiti della razionalità economica nella negoziazione

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Dalla Teoria della Rational Choice alla Teoria dei Giochi
- Alberi di Gioco e Matrici
- Informazione perfetta e imperfetta
- Strategie pure e miste
- Il Dilemma del Prigioniero
- Equilibri di Nash
- La Teoria dei Giochi nella negoziazione del buyer
- Ricostruire l'albero di gioco della controparte
- Ricostruire la matrice dei pay-off della controparte

Durata
1 giornata

Edizioni
• 26 marzo Milano • 29 novembre Milano



505 **NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE**

L2 **NEW**

La globalizzazione del procurement è una realtà per l'impresa, sia privata sia pubblica, di ogni dimensione e appartenente 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
• 24-25 maggio Milano • 13-14 dicembre Milano

506 **NEGOZIARE IN LINGUA INGLESE**

L3 

Il corso affronta i principali aspetti che deve affrontare un italiano durante una negoziazione in lingua inglese. Nella prima giornata verrà fornito un vocabolario di base che aiuterà i partecipanti a organizzare le conoscenze che già posseggono. La simulazione di un negoziato sarà il punto di partenza per imparare a 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 sulle loro controparti. Sarà esaminata la 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 faranno pratica con 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 dato da parole accuratamente scelte. 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
• 9-10 aprile Milano • 23-24 ottobre Torino
• 6-7 novembre San Miniato (PI) • 10-11 dicembre Milano

507 **RELATION AND PERFORMANCE EMPOWERMENT DEI COLLABORATORI**

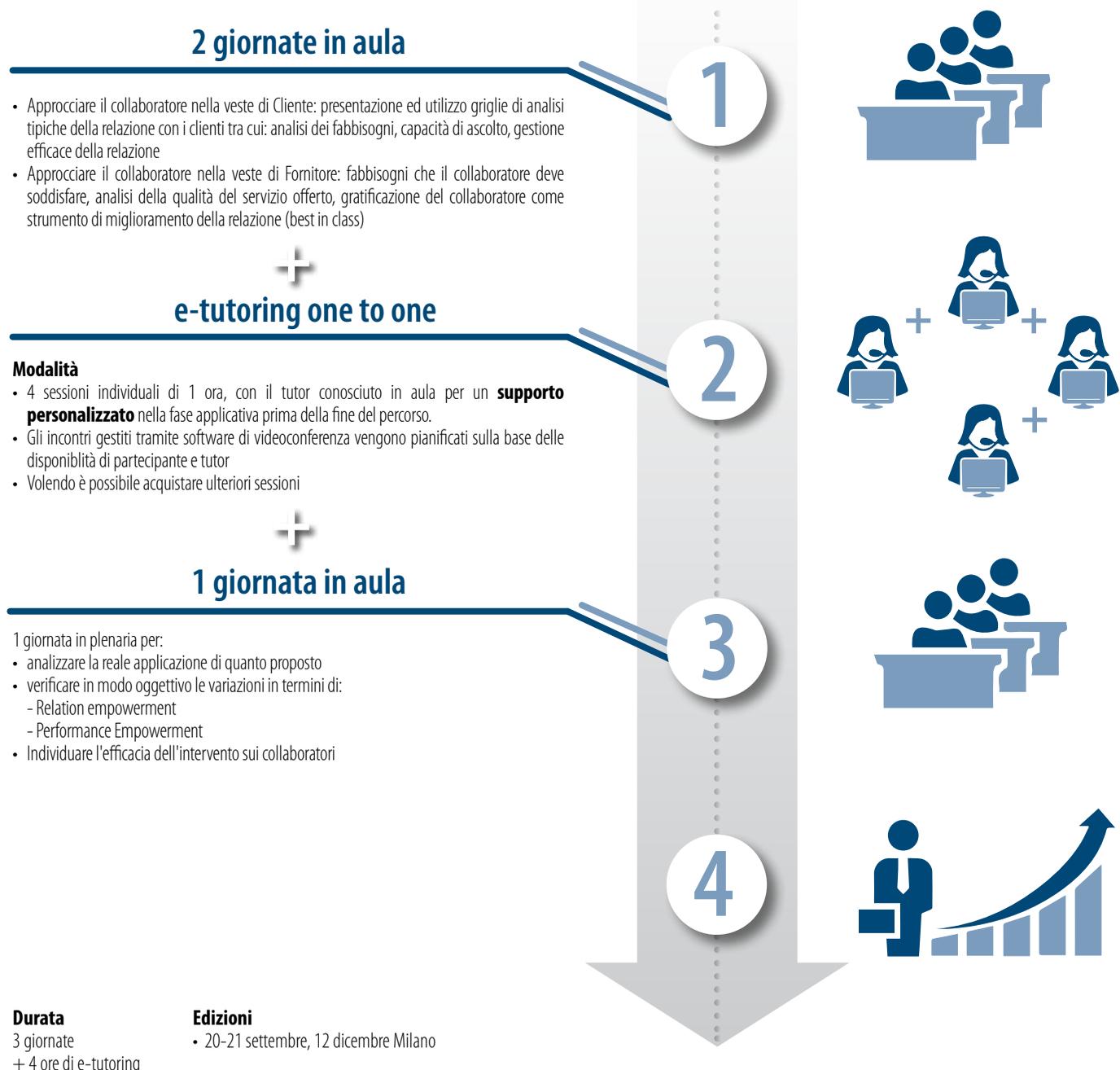
L3

Il nuovo approccio per un coaching di successo

La gestione dei collaboratori è una delle sfide principali per chi è chiamato a gestire delle risorse, in quanto un team coeso e adeguatamente motivato può portare a grandi risultati.

Questo percorso si pone l'obiettivo di supportare i Responsabili nell'empowerment del loro team. Le caratteristiche di questo percorso sono:

- presenza di momenti d'aula per acquisire le basi teoriche e dibattere sulle esperienze del gruppo
- accesso a momenti individuali col proprio tutor, per avere supporto durante la fase applicativa: quando serve, "tailor made" nei contenuti
- poter programmare gli incontri col tutor in orari «comodi», senza bisogno di spostarsi.



Durata
3 giornate
+ 4 ore di e-tutoring

Edizioni
• 20-21 settembre, 12 dicembre Milano

◀ Torna all'indice

**601 ECONOMIA E FINANZA:
LE CONOSCENZE DI BASE
DEL COMPRATORE**

L2-0

Ogni buyer contribuisce alla marginalità della sua azienda ma per ricercarla non basta che si occupi del grado di competitività del parco fornitori. La conoscenza dei costi (tipologia, struttura, comportamento al variare dei volumi, ...) e delle leve per influenzarli costituisce un fattore basilare per acquistare al meglio e orientare le attività di contenimento della spesa e di miglioramento dei margini.

Per un'azione ancora più efficace il buyer può anche contribuire all'equilibrio finanziario dell'azienda, gestendo tempi di pagamento e flussi di materiali in modo da sostenere il fatturato in coerenza con le disponibilità finanziarie dell'azienda stessa e talvolta anche di alcuni fornitori.

OBIETTIVI

- Conoscere le caratteristiche e le varie tipologie di costo per valutare l'impatto economico delle scelte di acquisto e gestire consapevolmente la negoziazione con i fornitori
- Saper valutare gli effetti sul ciclo finanziario dell'impresa di alcune scelte d'acquisto
- Imparare a leggere le principali informazioni presentate in un report di solidità finanziaria per individuare eventuali rischi relativi allo stato di salute dei fornitori.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Analisi e controllo dei costi:
 - controllo di gestione: cos'è e a cosa serve
 - classificazioni dei costi ed elementi di soggettività
 - strumenti per la negoziazione con i fornitori e per la scelta di azioni per razionalizzare e contenere i costi: target cost, cost breakdown e total cost of ownership
 - costo delle scorte e loro valorizzazione
 - il piano dei conti a supporto dell'attività di acquisto
- Il Cash flow:
 - vincoli e opportunità
 - tempi di pagamento: vincoli di legge, determinazione del Cash To Cash Time e opzioni per il suo contenimento
 - gestione del magazzino e liquidità: trade off fra costi di approvvigionamento e ottimizzazione del circolante
- Lettura di un report di solidità finanziaria per la valutazione di un fornitore
- I prezzi e la loro variabilità:
 - fonti informative di riferimento e previsioni
 - cambi e possibili coperture
 - condivisione dei costi fissi con i fornitori
 - come contemplare la variabilità di prezzi e volumi nei contratti di compravendita o di lavori.

Durata
1 giornata**Edizioni**
• 16 aprile Milano
• 12 settembre Milano
• 16 novembre Bologna**602 BILANCIO D'IMPRESA E INDICATORI
DI VALIDITÀ GESTIONALE E SOLIDITÀ
FINANZIARIA DEI NOSTRI FORNITORI**

L3-C

La valutazione della solidità economica e finanziaria del fornitore è un'opera complessa che si avvale di numerosi strumenti di indagine e di comparazione: in primo luogo lo studio del bilancio aziendale, documento ricco di indicazioni, dati e notizie che per l'operatore degli acquisti rappresentano elementi di informazione certi e affidabili. Il bilancio d'impresa è la vera brochure aziendale del fornitore e per coloro i quali si occupano della gestione degli acquisti è indispensabile approfondire la conoscenza della sua struttura, delle sue regole e delle sue componenti.

OBIETTIVI

- Comprendere il funzionamento economico-finanziario di un'impresa e la rappresentazione nel bilancio di esercizio
- Imparare a leggere le principali informazioni presentate in bilancio riclassificato per individuare eventuali rischi sullo stato di salute dei fornitori

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Il bilancio come rappresentazione della sostenibilità finanziaria di una impresa:
 - 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:
 - la contribuzione ai margini mediante l'influenza sui costi
 - la contribuzione ai flussi di cassa, mediante la gestione del circolante
 - impatti sugli investimenti e sulla struttura del capitale investito
- Case studies: analisi del bilancio di una o due imprese di medie dimensioni e calcolo degli indicatori di efficienza, efficacia e stato di salute finanziaria.

Durata
1 giornata**Edizioni**
• 5 febbraio Milano
• 2 ottobre Milano
• 4 luglio Napoli**603 APPROFONDIMENTO SUL TOTAL COST OF OWNERSHIP**

Il calcolo del costo totale di fornitura è operazione non sempre agevole, gli oneri diretti e indiretti che gravano su una fornitura di beni e di servizi sono infatti di molteplice origine e natura e, non di rado, sono nascosti nelle pieghe delle spese generali sia del fornitore sia del cliente.

603/a TCO - ONERI OCCULTI

L2

NEW WEBINAR

Il calcolo del Total Cost of Ownership conosce una dimensione estremamente particolare quando dai parametri di costo certi e oggettivi (imballo, trasporto, dazi, valute, etc.) si affrontano gli ambiti di difficile definizione: l'autoformazione, gli oneri di smaltimento, la durata della fornitura, la possibilità di danni, le incognite delle revisioni prezzo in corso d'opera, etc. Si tratta di un universo di componenti di costo del quale il buyer deve possedere la consapevolezza dell'esistenza, apprendendo le tecniche migliori per stabilirne l'impatto sul costo finale del bene, del servizio, della prestazione o del lavoro in corso di approvvigionamento.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Gli oneri occulti (definizione)
- Il calcolo dell'incidenza sul costo

Durata
1 webinar da 3 ore**Edizioni**
• 17 aprile
• 12 novembre**603/b TCO - IL VALORE DELLE MERCI
IN DOGANA**

L3

NEW WEBINAR

Obiettivo del corso è fornire conoscenze per comprendere l'importanza della corretta indicazione del valore delle merci nei traffici di Import-Export, elemento fondamentale delle dichiarazioni doganali. Il corso consentirà di approfondire le norme e le modalità per individuare il valore esatto delle merci importate e procedere al calcolo dei tributi doganali applicabili, della corretta individuazione di eventuali contingenti all'importazione calcolati sul valore doganale e per una corretta stima dell'apporto dei fattori produttivi per la determinazione dell'origine delle merci.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- L'importanza della corretta determinazione del valore delle merci importate
- Il valore di transazione ed i fattori di adeguamento in aumento e diminuzione
- I rapporti fornitore-cliente e loro possibile impatto sul valore in dogana delle merci
- Metodi alternativi per il calcolo del valore doganale
- Rischi e sanzioni

Durata
1 webinar da 1,5 ore**Edizioni**
• 21 maggio
• 12 dicembre**603/c TCO - ONERI ACCESSORI**

L2

NEW WEBINAR

Il dimensionamento del costo totale di fornitura trova uno dei suoi capitoli di maggiore rilevanza economica nell'insieme degli oneri cosiddetti accessori: l'imballo, i ricambi, l'assistenza e la sostituzione, sia per i componenti di produzione sia per i beni indiretti, gli oneri ambientali, di sicurezza e di CSR, nonché la qualificazione e le certificazioni del fornitore, la formazione e la garanzia, le penali e le fidejussioni. Un mondo complesso, dove è indispensabile individuare e applicare i corretti modelli di calcolo che garantiscano la certezza e l'oggettività del suo dimensionamento economico

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Gli oneri accessori (definizione)
- Le formule oggettive di calcolo

Durata
1 webinar da 3 ore**Edizioni**
• 12 giugno
• 19 ottobre**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 le fonti di finanziamento più adeguate (fondi interprofessionali, bandi europei, bandi regionali e provinciali, bandi speciali, etc.).

Una ampia scelta di corsi di Adaci Formanagement è accreditata da Fondimpresa: verificate sul nostro sito se il corso da voi scelto è fruibile con l'utilizzo dei voucher.

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 o da manager con esperienza pluriennale nella gestione dei rapporti regolamentati dai contratti.

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.

La legenda sotto riportata indica come riconoscere il tipo di docente per ciascun corso.



Corso tenuto da un legale



Corso tenuto da un manager con esperienza nella gestione contrattuale delle forniture presentate

701 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI

L2-0



La giornata si propone di dare ai partecipanti un'informazione relativa agli aspetti legali e contrattuali che impattano sulle attività d'acquisto, evidenziando le più frequenti criticità operative.

Comprare beni e servizi significa anche gestire in modo adeguato richieste d'offerta, negoziazioni, proposte contrattuali e contratti. Per fare questo è necessario conoscere il contratto e i suoi elementi essenziali, le modalità della sua formazione, i risvolti legali del processo d'acquisto e saper correlare il linguaggio giuridico con quello aziendale.

La giornata di studio ha un taglio pratico consentendo anche ai non esperti di acquisire una padronanza dei concetti e della terminologia legale.

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

Il percorso formativo sarà integrato da casistica contrattuale portata ad esempio di concreta applicazione dei concetti esposti in aula.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 7 febbraio Padova • 7 marzo Milano
• 9 maggio Bologna • 3 ottobre Milano
• 6 dicembre Rende (CS)

702 ESERCITIAMOCI SU UN CONTRATTO DI APPALTO DI SERVIZI

Premesse e stesura di un contratto completo

L3

L'acquisto di servizi è un'attività che ogni azienda si trova a dover prevedere e disciplinare ma spesso è considerata come un'attività secondaria rispetto all'acquisto di risorse produttive. In questa tipologia rientrano le consulenze, i contratti di engineering, l'outsourcing delle attività di manutenzione e logistiche ma anche la gestione della mensa o il più comune servizio della pulizia degli uffici.

Questo corso illustra i rischi relativi ai temi della sicurezza sul lavoro e della responsabilità solidale previste dalla normativa sulla gestione degli appalti; mostra come ridurre tali rischi e come procedere ad una opportuna stesura e negoziazione di un contratto di servizi con l'obiettivo di descrivere in modo chiaro, completo e non interpretabile le responsabilità del fornitore, i controlli del cliente e garantire la massima soddisfazione dei fruitori dei servizi.

OBIETTIVI

- Passare in rassegna ogni problematica afferente i servizi (descrivere come si imposta il rapporto, individuare i possibili problemi ed i rimedi)
- Mettere in condizione i partecipanti di stipulare contratti adeguati allo specifico contesto operativo in cui il servizio deve essere erogato.

PRINCIPALI TEMI TRATTATI

- Tipologia di servizi contrattualizzabili e loro prerequisiti
- 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
- Come e chi deve definire un capitolato d'appalto
- Misurazione del livello di servizio: esempi di indicatori
- Diritto del committente ad apportare variazioni al capitolato
- Revisione dei prezzi e valutazione economica delle varianti
- Possibilità e limiti al subappalto
- Come controllare l'erogazione del servizio
- Esercitazione in gruppo di stesura di una bozza contrattuale: dalla definizione del capitolato alla misurazione del servizio erogato (SLA/KPI)
- I rischi di responsabilità solidale con l'appaltatore
- Penali e risarcimento del danno
- I rimedi disponibili nei casi di inadempimento.

Durante la giornata sarà analizzato un capitolato d'appalto.



Su richiesta è possibile sviluppare il corso "in house" adattandolo alle specifiche esigenze del cliente.

Durata
1 giornata

Edizioni
• 18 aprile Milano • 18 settembre San Miniato (PI)
• 4 dicembre Milano



I NOSTRI CLIENTI

Adaci Formmanagement ha lavorato e lavora con clientela:

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

Fra questi:

A2A / ALENIA / ANDRITZ HYDRO / ANGELO PO GRANDI CUCINE / AET-AZIENDA ELETTRICA TICINESE / ATM - AZIENDA TRASPORTI MILANESI / BCC SOLUTIONS / BENELLI ARMI / BERCO / BIOMERIEUX ITALIA / BREMBO / BREVINI / CARLE & MONTANARI-OPM / CESI / COOP ALLEANZA 3.0 / CVA-COMPAGNIA VALDOSTANA DELLE ACQUE / ENEL GREEN POWER / ENGIE / ENI / ERG / FAYAT BOMAG-MARINI/FASSABORTOLO/FATALOGISTIC SYSTEMS / FINCANTIERI / F.I.S. - FABBRICA ITALIANA SINTETICI / GENERAL LOGISTIC / GRUPPO CFT / IGUZZINI ILLUMINAZIONE / IMMERGAS / IMI REMOSA / INTESA SANPAOLO / ISAB / JANSENN CILAG / KVERNELANDGROUP / LEITNER / MANITOU ITALIA / MONTE DEI PASCHI DI SIENA / PIETRO FIORENTINI / PIAGGIO & C. / PREGIS/REALE MUTUA ASSICURAZIONI / SAINT GOBAIN / SARAS / SCHINDLER / SEWS CABIND / SIA / SICIM / SNAM RETE GAS / TECHINT / TRENITALIA / WARTSILA / WEBASTO e tanti altri ancora...

703 CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

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 marzo Milano • 3 luglio Milano
• 14 novembre Torino

MISURAZIONE DELL'EFFICACIA DELLA FORMAZIONE - METODO BEFORE/AFTER



La verifica del coefficiente di apprendimento da parte dei singoli e/o del gruppo di partecipanti a un corso "in house" è uno degli elementi che l'azienda desidera accertare con rigore e sicurezza.

Adaci da molti anni ha collaudato un metodo di misurazione fondato sulla somministrazione di due questionari, uno ad inizio corso ed un secondo al termine della sessione formativa.

Il questionario di ingresso (P.A.T. Preliminary Assessment Test) può essere erogato nei giorni precedenti la sessione oppure in aula prima dell'inizio dell'attività formativa. In esso sono riportate un congruo numero di domande a risposta multipla sui temi e gli argomenti che verranno trattati.

Al termine dell'attività formativa i partecipanti compileranno un secondo questionario (F.E.R. Final Evaluation Result) che contiene le medesime domande del questionario iniziale con l'aggiunta di alcune domande nuove. La differenza tra le risposte corrette alle medesime domande integrata con l'esito delle domande supplementari restituisce un valore percentuale che è la misura univoca dell'apprendimento sulle materie oggetto di insegnamento.

Il metodo si applica alla verifica della singola giornata o di un intero percorso e può essere rivolto all'esame del rendimento dei singoli, del gruppo d'aula o di suoi sottogruppi.

Il report finale reso, oltre ai valori percentuali conteggiati, contempla un commento sui temi svolti e un'analisi di quelli sui quali il gruppo ha dimostrato maggiore difficoltà.

PERCORSO EXECUTIVE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

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

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.



Nonostante l'assenza di un ordine professionale di riferimento, fin dal 1968, anno della sua fondazione, Adaci ha posto una grande attenzione alla **valorizzazione della professionalità degli addetti e dei responsabili della funzione Acquisti e Supply Management progettando e realizzando percorsi di formazione volti allo sviluppo ed al riconoscimento delle specifiche competenze professionali ed al loro accreditamento sul mercato.**

Con la legge 4/2013 "Disposizioni in materia di professioni non organizzate" le associazioni in possesso dei requisiti previsti possono rilasciare un'attestazione relativa agli standard qualitativi e di qualificazione professionale. Il Ministero dello Sviluppo Economico ha riconosciuto ad Adaci il possesso di questi requisiti e pertanto oggi Adaci propone un iter di attestazione, il Q2P, un percorso di eccellenza, distintivo per tutti coloro i quali ricoprono incarichi nell'ambito degli acquisti e del supply chain management.

L'Attestazione Q2P Adaci è accessibile a tutti coloro (soci oppure non soci) che operano negli Acquisti e Supply Management e a tutti coloro che sono interessati a sviluppare il loro grado di competenze professionali in quest'area.

Essa si articola su tre livelli di competenza crescente:

- L1
- livello BASICO**
- L2
- livello PROGREDITO**
- L3
- livello EVOLUTO**

Caratteristiche peculiari di questa articolazione sono il percorso formativo differenziato, l'ampiezza delle tematiche trattate ed il dettaglio di approfondimento di quanto costituisce oggetto di studio.

Per il mantenimento dell' Attestazione Q2P Adaci è necessario maturare 80 crediti formativi per ogni quadriennio successivo al suo ottenimento. Per il regolamento completo si faccia riferimento al sito www.adaci.it

Tariffe e agevolazioni economiche disponibili a pag. 54

POTENZIA LE TUE OPPORTUNITÀ DI CARRIERA!

In questi anni il possesso dell'attestazione Q2P Adaci ha permesso a numerosi professionisti degli acquisti e della supply chain di dimostrare le loro competenze e di accrescere le reali possibilità di essere selezionati per posizioni di responsabilità

ISCRIVITI SUBITO!



L1 LIVELLO BASICO

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo Adaci

- Iscrizioni al Corso Base oppure
- 5 anni di esperienza maturata nella funzione (Percorso Senior) oppure
- Laurea almeno triennale in Ingegneria Gestionale o Economia (Percorso University).

Condizioni di conseguimento

- Partecipazione al Corso Base per un totale di 32 ore di aula (non necessario per Percorsi Senior e University)
- Piano Studi coerente con argomenti trattati nel corso base (Percorso University)
- Partecipazione alla sessione plenaria finale di una giornata: tavola rotonda su alcune tematiche di maggior rilievo attinenti il corso base
- Superamento del test di verifica (questionario di 25 domande a risposta multipla, di cui 19 corrette)
- Completamento del percorso: entro un anno dalla domanda di iscrizione.

L3 LIVELLO EVOLUTO

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo Adaci

- Possesso di Attestazione Q2P Adaci di Livello Progredito L2.

Condizioni di conseguimento

- Partecipazione a 15 giornate formative: 6 facenti capo a 5 tematiche indicate a catalogo con la sigla L3-C e altre 9 giornate di corso tra quelli indicati a catalogo con la sigla L3
- Superamento di test di verifica (25 domande a risposta multipla, di cui 19 corrette) al termine di ciascuno dei 3 moduli formativi di 5 gg. cadauno
- Preparazione di Tesi scritta su un tema condiviso con la commissione di qualificazione relativo a progetti di particolare rilievo gestiti in azienda (non meno di 30 cartelle in Word)
- Partecipazione alla sessione plenaria finale di una giornata
- Discussione della Tesi e sua positiva valutazione da parte della commissione di qualificazione
- Completamento del percorso: entro 3 anni dalla domanda di iscrizione.

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

L2 LIVELLO PROGREDITO

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo Adaci

- Possesso di Attestazione Q2P Adaci di Livello Basico L1.

Condizioni di conseguimento

- Partecipazione a 9 giornate formative facenti capo a 5 aree tematiche del Catalogo e in particolare 4 giornate di corso indicate con la sigla L2-0 e altri 5 corsi indicati con la sigla L2
- Preparazione di Tesi scritta su un tema condiviso con la commissione di qualificazione relativo a progetti di particolare rilievo gestiti in azienda (non meno di 20 cartelle in Word)
- Partecipazione alla sessione plenaria finale di una giornata
- Discussione della Tesi e sua positiva valutazione
- Completamento del percorso: entro 2 anni dalla domanda di iscrizione.

L3 PERCORSO INTEGRATO CON L2

Condizioni di accesso al Percorso Qualificativo Adaci

- Inoltro della domanda di iscrizione entro 1 anno dal conseguimento dell' Attestazione Q2P Adaci di Livello Progredito L2
- Superamento Test di ammissione: 40 domande a risposta multipla, di cui 30 corrette, su tematiche attinenti il percorso qualificativo L2.

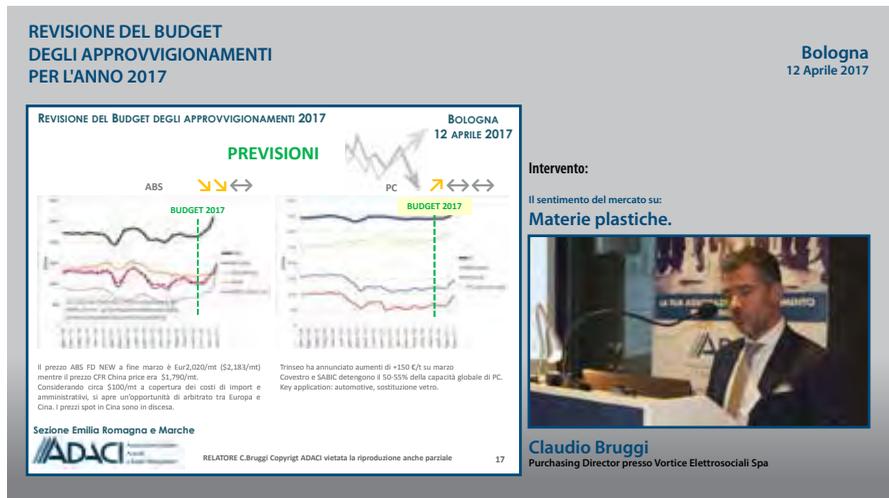
Condizioni di conseguimento

- Partecipazione a 8 giornate formative: 6 facenti capo a 4 aree tematiche e indicate nel Catalogo con la sigla L3-C e 2 tra i corsi riportanti la sigla L3/L3-C
- Superamento del test di verifica (25 domande a risposta multipla, di cui 19 corrette) al termine di ciascuno dei 2 moduli formativi di 4 giorni
- Preparazione di Tesi scritta su un tema condiviso con la commissione d'esame relativo a progetti di particolare rilievo gestiti in azienda (non meno di 30 cartelle in Word).
- Partecipazione alla sessione plenaria finale di un giorno come da Attestazione Q2P Adaci Avanzato L3
- Discussione della Tesi e sua positiva valutazione da parte della commissione di qualificazione
- Completamento del percorso: entro 3 anni dalla domanda di iscrizione.

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.



Per il 2018 sono previsti i seguenti WORKSHOP sull'andamento dei prezzi e trend di mercato

SEZIONE ORGANIZZATRICE	APRILE	MAGGIO	OTTOBRE
EMILIA ROMAGNA E MARCHE	18		17
TRE VENEZIE	11		10
LOMBARDIA, LIGURIA in collaborazione con PIEMONTE e VALLE d'AOSTA		11	5

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



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.

DURATA CORSO	SOCIO ADACI		NON SOCIO ADACI	
	Tariffa base	Tariffa con agevolazione Early Bird, sconto 15%	Tariffa base	Tariffa con agevolazione Early Bird, sconto 15%
Corsi 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 €	1.800,00 €	1.530,00 €
PERCORSO BLENDED 3 giornate (tot 24 ore) e 4 ore di e-tutoring one to one	2.000,00 €	1.700,00 €	2.200,00 €	1.870,00 €
CORSO BASE ACQUISTI 4 giornate (tot 32 ore) e partecipazione Sessione Plenaria L1*	1.700,00 €	non previsto	1.900,00 €	non previsto
CORSO BASE LOGISTICA 3 giornate (tot 24 ore)	1.200,00 €	non previsto	1.400,00 €	non previsto
PERCORSO RESPONSABILE ACQUISTI 4,5 giornate (tot 36 ore)	1.800,00 €	non previsto	2.000,00 €	non previsto
PERCORSO SUPPLY CHAIN END TO END 5 giornate (tot 40 ore)	2.000,00 €	non previsto	2.200,00 €	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

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

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

SESSIONI PLENARIE	TARIFFA INDIVIDUALE
L1	350,00 €
L2	600,00 €
L3	600,00 €
L3 integrato L2	400,00 €

I prezzi indicati si intendono IVA esclusa

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
- Iscrizioni multiple di addetti della medesima azienda alla stessa Giornata di Studio: il secondo partecipante ha diritto allo sconto del 50% sulla tariffa base del corso, non cumulabile con altre agevolazioni **1+1=1,5**
- **Tariffe scontate per chi si iscrive ai percorsi volti all'ottenimento dell'Attestazione Q2P Adaci** 
- Per i Professionisti Qualificati Adaci L2 è previsto uno sconto del 30% sulle tariffe di partecipazione alle Giornate di Studio non cumulabile con altre agevolazioni
- Per i Professionisti Qualificati Adaci L3 è previsto uno sconto del 50% sulle tariffe di partecipazione alle Giornate di Studio non cumulabile con altre agevolazioni
- **Agevolazioni particolari per privati** (contattare direttamente la segreteria).



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

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 Formagement 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 Formagement 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 Formagement 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 Formagement si riserva la facoltà di modificare le Sedi e/o le date di svolgimento dei corsi indicati nel Catalogo Adaci Formagement. Eventuali variazioni verranno comunicate agli iscritti via e-mail 3 giorni prima della data del previsto svolgimento degli stessi.

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

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

Intendi conseguire l'attestato Q2P Adaci? Scegli qui i corsi sulla base del tuo livello

LIVELLO L1



PERCORSI TRASVERSALI

CBA CORSO BASE ACQUISTI (4gg)

LIVELLO L2



PERCORSI TRASVERSALI

CBL CORSO BASE LOGISTICA (3gg)

NUOVI TREND

001/b LE NUOVE COMPETENZE DELLA FUNZIONE ACQUISTI
004 IL NUOVO REGOLAMENTO DELLA PRIVACY E L'IMPATTO SULLA FORNITURA DEI SERVIZI

1. I PILASTRI DELLA GESTIONE ACQUISTI

101 ACQUISTI EFFICACI L2-0
102 MODALITÀ OPERATIVE PER LO SCOUTING
103 IL PARCO FORNITORI L2-0
104 PREPARARSI AD UNA TRATTATIVA (webinar 3h)

2. GESTIONE ACQUISTI AVANZATA

201/a LA PROGETTAZIONE DELL'ALBO FORNITORI
201/b VENDOR RATING
201/c LA VISITA AI FORNITORI
202 ACQUISTI E ISO 9001:2015
203 KPI E REPORTING
208 EARLY INVOLVEMENT

3. CATEGORY MANAGEMENT E ACQUISTI DI SETTORE

302 ABC PER L'ACQUISTO DEGLI INDIRECTI (webinar 1,5h+1,5h)
303 LEASE OR BUY (webinar 1,5h+1,5h)
304 LABORATORIO DI GARA PER L'APPALTO DI UN SERVIZIO
306 ACQUISTARE IT
309 IL MERCATO DELL'ENERGIA: POLITICHE E TECNICHE DI ACQUISTO
310 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: I PROCESSI DI APPROVVIGIONAMENTO

4. LOGISTICA

401 ACQUISTARE TRASPORTI
403 LA GESTIONE DEI TRASPORTI E DELLE SPEDIZIONI INTERNAZIONALI DELLE MERCI
406 KPI E MONITORAGGIO DELLA FUNZIONE LOGISTICA

5. NEGOZIAZIONE E GESTIONE DELLE RELAZIONI (anche in inglese)

501 LA TRATTATIVA D'ACQUISTO (2gg)
502 NEGOZIAZIONE: TECNICHE E PSICOLOGIA D'ACQUISTO (2gg)
505 NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE (2gg)

6. ECONOMIA E FINANZA NEGLI ACQUISTI

601 ECONOMIA E FINANZA: LE CONOSCENZE DI BASE DEL COMPRATORE L2-0
603/a TCO - ONERI OCCULTI (webinar 3h)
603/c TCO - ONERI ACCESSORI (webinar 3h)

7. ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI E CONTRATTUALISTICA

701 ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI L2-0

LIVELLO L3



PERCORSI TRASVERSALI

NRA PERCORSO PER RESPONSABILE ACQUISTI (4,5gg)
SCM PERCORSO SUPPLY CHAIN END TO END

NUOVI TREND

001/a ASPETTI ECONOMICO FINANZIARI PER LA VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI L3-C
001/c ASPETTI CONTRATTUALI NELL'ERA 4.0
002 TECNOLOGIE 4.0 E SUPPLY CHAIN DIGITALI (4h)
003/a STRUMENTI PER LA FUNZIONE ACQUISTI (4h) L3-C
003/b ALTRI STRUMENTI PER LA SUPPLY CHAIN COLLABORATION

2. GESTIONE ACQUISTI AVANZATA

201/d FACTORY ASSESSMENT L3-C
204 KEY RISK INDICATOR
205 IL FORNITORE DOMINANTE
206 TEORIA DEI VINCOLI APPLICATA AGLI ACQUISTI
207 ANALISI DEL VALORE

3. CATEGORY MANAGEMENT E ACQUISTI DI SETTORE

301 LABORATORIO DI CATEGORY MANAGEMENT L3-C
305 FLEET MANAGEMENT
307 ACQUISTARE LAVORAZIONI MECCANICHE (3gg)
308 ACQUISTARE LAVORAZIONI PLASTICHE (2gg)
311 PUBBLICA AMMINISTRAZIONE: LE CRITICITÀ OPERATIVE DEL CODICE DEGLI APPALTI

4. LOGISTICA

402/a GESTIONE SCORTE: TEORIA, MODELLI ED ESERCITAZIONI (2 gg) L3-C
402/b COME SCEGLIERE IL METODO DI PIANIFICAZIONE SCORTE PIU' APPROPRIATO (webinar 1,5h+1,5h)
402/c JIT E KANBAN: APPLICAZIONE PRATICA (webinar 1,5h+1,5h)
404 GUIDA AI PRINCIPALI DOCUMENTI DEGLI ACQUISTI INTERNAZIONALI
405 GLI ASPETTI DOGANALI E FISCALI NEL COMMERCIO ESTERO L3-C

5. NEGOZIAZIONE E GESTIONE DELLE RELAZIONI (anche in inglese)

503 CORSO AVANZATO DI PREPARAZIONE ALLA TRATTATIVA
504 TEORIA DEI GIOCHI PER LA NEGOZIAZIONE
506 NEGOZIARE IN LINGUA INGLESE (2gg)
507 RELATION AND PERFORMANCE EMPOWERMENT DEI COLLABORATORI (3gg + 4h)

6. ECONOMIA E FINANZA NEGLI ACQUISTI

602 BILANCIO D'IMPRESA E INDICATORI DI VALIDITA' GESTIONALE E SOLIDITÀ FINANZIARIA DEI NOSTRI FORNITORI L3-C
603/b TCO - IL VALORE DELLE MERCI IN DOGANA (webinar 1,5h)

7. ASPETTI LEGALI DEGLI ACQUISTI E CONTRATTUALISTICA

702 ESERCITIAMOCI SU UN CONTRATTO D'APPALTO DI SERVIZI
703 CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE L3-C

9. MASTER E PERCORSI EXECUTIVE

MIP PERCORSO EXECUTIVE IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

torna alla presentazione dell'offerta 2018
 vai al calendario corsi

CHI SIAMO

Adaci Formanagement srl SU è una emanazione di Adaci, l'Associazione Italiana di riferimento dei professionisti degli Acquisti e del Supply Management, e si occupa di formazione, consulenza e servizi accessori, destinati ai Soci Adaci ed anche ai non Soci. Da vent'anni il nostro obiettivo è quello di progettare ed erogare un'offerta tecnicamente aggiornata, attenta all'evoluzione delle normative e delle leggi di riferimento, pragmaticamente tesa alla trasmissione di strumenti applicativi. La stretta collaborazione con Adaci e con i suoi Gruppi di Lavoro (Formazione, Ricerca e Sviluppo, Eventi, ...) fornisce un ulteriore contributo in termini di attualità e ricchezza dei contenuti, oltre a garantirne una loro costante aderenza ai principi di eticità. Per conseguire questi obiettivi ci avvaliamo di un vasto e articolato team di docenti e consulenti comprendente sia formatori e consulenti che hanno avuto lunghe esperienze d'azienda sia responsabili acquisti, logistica e supply chain tuttora operativi nel ruolo.



Corsi tenuti da professionisti con consolidata esperienza operativa sul tema

Per i nostri clienti abbiamo:



Progettato e realizzato percorsi formativi personalizzati per aziende di ogni settore di attività



Erogato corsi in lingua straniera e/o presso sedi estere



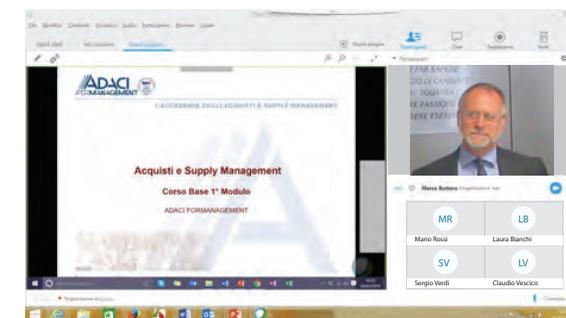
Progettato ed erogato formazione "blended" con largo uso degli strumenti di eLearning (webinar, questionari on-line etc.)



Messo a punto proposte mirate per le Academy interne di grandi aziende



Sviluppato percorsi di formazione per studenti universitari e di corsi executive post-laurea



Dicono di noi

"ADACI Formanagement ci ha supportati nella definizione delle nuove modalità di gestione del magazzino materia prima, fornendoci un importante contributo di consulenza che ci ha consentito di conseguire obiettivi di riduzione del circolante e di una maggiore collaborazione e fidelizzazione nel rapporto con i fornitori"
Manfredi Bellati, Direttore Acquisti – Agrati Spa

"Ho partecipato e fatto partecipare i miei collaboratori ai corsi Adaci. Ho sempre apprezzato la competenza, la professionalità, l'accuratezza e, soprattutto, quel modo speciale di interpretare alla perfezione le esigenze del cliente"
Paolo Musso, Purchasing Manager – Kverneland Group Ravenna Srl

"Sin dall'inizio della mia carriera ho trovato molto utile frequentare i corsi professionali di ADACI (ora Adaci Formanagement). I corsi sono ben strutturati e si avvalgono del contributo di professionisti del settore. Nei corsi si trova sia la teoria sia l'esperienza sul campo; la proposta di Adaci Formanagement è certamente molto valida per un concreto ed utile supporto allo svolgimento della nostra professione"
Maurizio Del Pozzo, Legrand Electronics Corporate Purchasing Director



www.adaci.it



ADACI Formanagement Srl SU

Via Spezia 11 - 20142 Milano

Tel. +39 02 40072474 / 40090362

Fax +39 02 40090246

email Segreteria Corsi: formanagement@adaci.it



Sono trascorsi 50 anni da quando un gruppo di acquirenti visionari fondò una associazione a supporto della propria professione. Da allora Adaci è cresciuta sino a divenire un'associazione estesa, coesa e in costante evoluzione. Solo negli ultimi venti anni Adaci ha organizzato più di 400 Eventi, Convegni e Workshop, ha stretto accordi di collaborazione con svariate Università e Business School, ha costituito una società, Adaci Formanagement Srl SU, per lo sviluppo delle attività formative e ha ottenuto dal Ministero dello Sviluppo Economico il riconoscimento come Associazione di riferimento per il rilascio della Qualificazione di Competenza per le figure operanti in ambito Acquisti e Supply Management.

Di tutto questo noi siamo fieri e per questo motivo...





...VI ASPETTIAMO PER CELEBRARE INSIEME IL TRAGUARDO DEL 50° DELLA NOSTRA ASSOCIAZIONE CON UN ANNO DI INIZIATIVE

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.



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.



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.



Un'occasione di confronto sulla formazione, guidata da Adaci Formmanagement, 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



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).



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".



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.

DOCTRINA

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.

WORKSHOP

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.

ADACI PA

CPO LOUNGE

Due giorni di ritiro globale per i CPO:

- per discutere di **strategia, innovazione tecnologica e leadership**
- per individuare **nuovi modi per approcciare i cambiamenti del futuro**
- guidati da **figure universitarie e manageriali di spicco** nell'ambito degli acquisti, della logistica e del supply chain management

Struttura e contenuti degli incontri saranno elaborati da un apposito **Comitato Scientifico** composto da Professionisti degli Acquisti, Manager, Imprenditori, Associazioni di settore e Docenti Universitari. Gli incontri saranno riservati ad un numero ristretto di CPO, selezionati ed appartenenti a settori di attività diversi. Ai partecipanti sarà chiesto di firmare un accordo di riservatezza. Per maggiori dettagli: formmanagement@adaci.it



Best Practice

Straight Ahead ↑↑

LIQUID PROCUREMENT TRAINING

Più che un corso...un'occasione per conoscere casi aziendali di eccellenza

- ascoltandoli direttamente dalla voce di chi li ha messi in pratica
- ospitati nelle aziende che ne sono state teatro.

Adaci Formmanagement conduce i professionisti ad apprendere "dentro" le esperienze di altri, coinvolgendoli in un percorso collaborativo interaziendale, caratterizzato dalla molteplicità e dalla diversità dei casi di studio esaminati. L'alternanza di **testimonial aziendali e formatori di esperienza** è prevista durante l'intero percorso per perseguire un perfetto connubio fra teoria e modelli applicativi all'avanguardia. Per maggiori dettagli: formmanagement@adaci.it



CALENDARIO EVENTI

EVENTI NAZIONALI 2018

	TIPOLOGIA	LUOGO	DATA	CREDITI
CONGRESSO ADACI		TOSCANA	27 gennaio	
ADACI SMART		VENETO	16 febbraio	8
ADACI PA II	 	TOSCANA	13 aprile	4
FUCINA VI E CELEBRAZIONI 50° ADACI	  	LOMBARDIA	15-16 giugno	12
OPPORTUNITY 50	 	EMILIA	28 settembre	
DOCTRINA XVIII	 	EMILIA	28 settembre	8
FUCINANDUM FESTIVAL	  	LOMBARDIA	26 ottobre	8
MAGISTER V	  	LAZIO	9 novembre	8
DOCTRINA XIX	 	PIEMONTE	30 novembre	8

Le date potranno subire variazioni per motivi organizzativi

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.



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 Millenials

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.

ADACI
FORMANAGEMENT

Via Spezia 11 - 20142 Milano
Tel. +39 02 40072474 (int. 3) - Fax +39 02 40090246
email Segreteria Corsi: formanagement@adaci.it

ADACI

Associazione Italiana Acquisti
e Supply Management

Via Spezia 11 - 20142 Milano
Tel. +39 02 40072474 (int. 5) - Fax +39 02 40090246
email Segreteria Soci ed Eventi: segreteria@adaci.it

Revisione del 18/09/2017