

Nasce la gamma Renault Business, per soddisfare tutte le esigenze delle aziende

a cura della redazione

Renault lancia sul mercato la Gamma Business, disponibile oggi su Mégane Berlina, Mégane Sporter, Nuova Scénic e Nuova Grand Scénic, e che sarà presto estesa ad altri modelli della gamma Renault. Le versioni specifiche sono dedicate alle aziende, per soddisfare pienamente tutte le loro esigenze. Esse presentano di serie, infatti, tutti gli equipaggiamenti più richiesti dai Clienti business: climatizzatore automatico, navigatore, Rlink2 compatibile con Android Auto e Apple Car Play, bluetooth, sensori di parcheggio posteriori, ruota di scorta e vernice metallizzata.

La gamma Renault Business è proposta con un motore benzina, Energy TCe 100 per Mégane e Energy TCe 130 per Nuova Scénic, e tre motori diesel: Energy dCi 110, disponibile con cambio manuale ed automatico a doppia frizione EDC, Energy dCi 90 (tranne per Nuova Grand Scénic) ed Energy dCi 130. La gamma Mégane presenta, inoltre, anche il motore Energy dCi 110 EcoLeader, con emissioni da 87g/Km e consumi in ciclo

misto pari a 3.5l/100Km. Renault, che da sempre presta particolare attenzione alla clientela Business, lancia con l'occasione un numero verde dedicato (800 124830) - attivo dal Lunedì al Venerdì, dalle ore 9.00 alle ore 18.00, che sarà veicolato attraverso la stampa specializzata. Le Grandi Aziende (con un parco auto superiore a 50 veicoli) potranno, quindi, richiedere un incontro con un Key Account Manager che presenterà la gamma dedicata alle Flotte, potrà organizzare un test drive direttamente presso la sede del cliente e supportare la scelta delle vetture da inserire nel parco auto, in linea con le diverse esigenze aziendali. ■

Contatto stampa Renault Italia:
Paola REPACI, Corporate
Communication Manager
paola.repaci@renault.it
Cell: +39 335 1254592
Tel.+39 06 4156965
Siti web: www.media.renault.it; www.renault.it
Seguici su Twitter: @renaultitalia



The Procurement Awards 2017 - Beyond saving

Di Francesco Calì - Managing Director - VALEO-in

Partecipazione, originalità e innovazione negli acquisti:
The Procurement e Valeo-in hanno premiato le aziende italiane che sostengono l'evoluzione culturale degli acquisti

Alla presenza di oltre 120 persone, lo scorso 5 aprile si è tenuta, presso UniCredit Tower Hall, la cerimonia di premiazione della seconda edizione dell'Award italiano dedicato al Procurement "The Procurement Awards 2017 - Beyond Saving", ideato da The Procurement e Valeo-in, dove sono stati premiati i progetti delle aziende nelle cinque categorie: Best practice negoziali, Innovazione negli acquisti, Acquisti in team, Acquisti etici e sostenibili, Sviluppo competenze.

Tante sono state le novità che hanno reso questo appuntamento ancora più "accattivante" e coinvolgente:

- la premiazione dei primi 3 classificati per ogni categoria,
- l'inserimento della nuova categoria di Premio "Sviluppo Competenze",
- la creazione del premio "Purchasing People" con la votazione durante la serata di premiazioni in tempo reale da parte dei partecipanti dei progetti presentati e nomina dell'azienda vincitrice tra le 2° e 3° classificate,
- il rafforzamento della giuria con l'inserimento di 3 CPO di aziende leader nel loro mercato.

Tre sono gli "ingredienti" che hanno caratterizzato l'edizione del 2017: PARTECIPAZIONE, ORIGINALITÀ ED INNOVAZIONE.

La PARTECIPAZIONE è stata al di sopra delle nostre aspettative, molti sono stati i progetti proposti e alto il coinvolgimento. Le aziende finaliste hanno presentato i loro progetti in uno speech di soli 3 minuti con l'obiettivo di trasmettere "l'essenza" del loro operato. Come presidente della giuria ho avuto la fortuna di poter analizzare in dettaglio insieme agli altri giurati i progetti presentati e ho potuto notare in molti casi la loro ORIGINALITÀ data non solo dall'idea in sé ma anche dalla modalità di implementazione sempre molto personalizzata al contesto culturale dell'azienda e alle risorse disponibili, spesso ridotte. L'ultimo ingrediente, che ha caratterizzato molti dei progetti proposti, è stato l'INNOVAZIONE, inteso nel puro senso etimologico del termine in-novare che presenta tre linee di interpretazione: la prima è quella classica, cioè 'fare nuovo', progettare qualcosa che prima non c'era, la seconda lettura è 'rinnovare una cosa vecchia' e la terza è 'alterare l'ordine delle cose'. Innovatore è colui che riesce a sognare, progettare e realizzare qualcosa di diverso, che porta miglioramenti nel tempo. Mi piace pensare sempre più al BUYER INNOVATORE

nello svolgimento della sua professione.

Un ringraziamento va alla giuria composta da Direttori Acquisti di aziende prestigiose (Ferrero, Lavazza, Bracco, Alitalia, Mediolanum, Samsung, Marie Technimont, Ariston Thermo) e del MIP-Politecnico di Milano, dove ognuno ha valutato con interesse e passione professionale tutti i progetti in sessione plenaria nominando i primi 3 classificati di ogni categoria.

Anche grazie ai vostri suggerimenti stiamo già lavorando per migliorare la prossima edizione, per rendere l'Award Italiano degli Acquisti sempre più un punto di riferimento culturale, di KNOWLEDGE SHARING, con l'obiettivo primario di evidenziare il contributo e il valore che la professione degli Acquisti porta alle aziende, accrescendone il vantaggio competitivo.

Un grazie particolare a tutte le aziende che hanno partecipato contribuendo al successo dell'iniziativa.

Vi aspettiamo con il vostro contributo all'edizione 2018 del Procurement Award! ■



Acquisti etici e sostenibili

a cura della redazione

Le aziende prestano sempre più attenzione ai principi etici di conduzione delle attività aziendali. Così Marco DeSimone, principal di Avanzi aziende” ha descritto la categoria scelta per i The Procurement Awards 2017.

COSA HA SIGNIFICATO PARTECIPARE AGLI AWARDS DI THE PROCUREMENT?

Per Avanzi la serata degli Award è stata la prima occasione di incontro del network di The Procurement, e la stessa si è rivelata senza dubbio un'interessante e piacevole scoperta. Durante l'evento abbiamo infatti potuto constatare sia la significatività delle imprese sia la diversità dei settori rappresentati, con un'ampia partecipazione di eccellenze italiane che sono state capaci di espandersi all'estero posizionandosi sui mercati internazionali. Una vetrina prestigiosa nella quale abbiamo intravisto la possibilità di fare crescere la sensibilità verso il tema degli acquisti sostenibili.

COME MAI AVETE DECISO DI RAPPRESENTARE LA CATEGORIA "ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI"?

Nel recente passato Avanzi ha svolto attività di ricerca attraverso un osservatorio dedicato che ha seguito nel tempo l'evoluzione delle tematiche di sostenibilità e responsabilità sociale d'impresa nel mondo del procurement aziendale, soprattutto con riferimento alle grandi imprese quotate. A partire dai primi timidi approcci abbiamo constatato, anno dopo anno, una lenta ma costante crescita dell'interesse a migliorare il profilo delle proprie catene di fornitura, in relazione

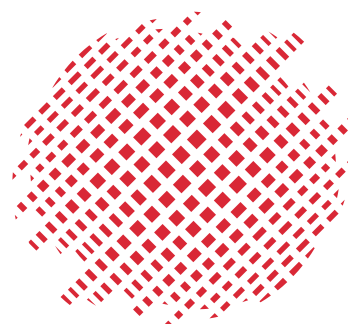
al rispetto dei principi etici di conduzione delle attività aziendali, alla tutela dell'ambiente e attenzione alla sicurezza del lavoro. Nella prassi aziendale tutto ciò si è tradotto soprattutto nell'ampliamento dei criteri di selezione dei fornitori e nella diffusione di buone pratiche di green procurement, focalizzate in particolare sulle merceologie cosiddette "indirette", quelle cioè che non sono legate al core business aziendale.

In conclusione, gli approvvigionamenti possono diventare un terreno fertile di innovazione, dove l'obiettivo fondamentale di riduzione dei costi a beneficio della bottom line non va in contrasto, ma anzi si sposa con la possibilità di creare valore ambientale e sociale.

EVENTUALI CONSIDERAZIONE SUL VINCITORE E IL SUO PROGETTO?

La Omal Automation, impresa manifatturiera risultata vincitrice della categoria "acquisti etici e sostenibili" con il progetto "Walk talk in India" è un esempio dei risultati che si possono ottenere quando esiste in azienda un commitment reale, che parte sempre dal vertice, e in parallelo si creano le condizioni che favoriscono la contaminazione culturale superando i silos funzionali. Il progetto nasce infatti dalla collaborazione tra la funzione acquisti, impegnata nella selezione di fornitori indiani di fusioni in acciaio, in ottica

di mitigazione del rischio operativo, migliore qualità, sicurezza e innovazione dei prodotti e la funzione di staff che si occupa di diffondere il modello di sviluppo sostenibile e di innovazione sociale di Omal. Nel caso specifico si tratta di un fornitore che, cogliendo il potenziale, si è reso disponibile a collaborare per implementare azioni di innovazione sociale nel proprio contesto, ottenendo come risultato una migliore reputazione e al contempo, il rafforzamento della relazione con Omal che porterà sicuramente benefici in termini di business. ■



avanzi
SOSTENIBILITÀ PER AZIONI

Avanzi nasce nel 1997 e ha come missione quella di concepire, elaborare soluzioni innovative per la sostenibilità oltre che facilitarne la realizzazione attraverso iniziative, progetti e sperimentazioni concrete.

Omal: “Walk the Talk”, quando l’innovazione sociale incontra il Procurement

a cura della redazione

Valvole a sfera made in Italy e molto più. Azienda bresciana nata oltre 30 anni fa, Omal, non solo mira a realizzare prodotti performanti, curati in ogni dettaglio ma rivolge il suo impegno anche allo sviluppo di iniziative di innovazione sociale, capaci di aumentare la brand reputation, sua e dei suoi stakeholder.

E il caso del progetto di volontariato aziendale "Walk the Talk", che è valso a Omal il primo premio di The Procurement, nella categoria "Acquisti Etici e Sostenibili".

Testata inizialmente in Italia, l'iniziativa è stata realizzata dall'ufficio innovazione sociale, in particolare nella figura di Lucia Dal Negro (Social Innovation Manager) e integrata nelle strategie di acquisto di Omal grazie alla collaborazione con l'Ufficio Acquisti, sempre alla ricerca di un miglioramento delle operazioni, in termini di servizio, qualità, rispetto ambientale. Il progetto ha saputo innestarsi e crescere in un momento nel quale il procurement di Omal, a fine 2014, era alla ricerca di un nuovo mercato di approvvigionamento, diverso da quello cinese, per superare diverse criticità: il cambio sfavorevole euro-yuan, la necessità di ottimizzare costi di gestione e trasporto, oltre alla volontà di dimostrare un approccio innovativo rispetto alle tematiche ambientali e sociali. La ricerca ha portato all'individuazione

di un fornitore indiano, nella zona di Chennai, capace di soddisfare i parametri di vendor rating di Omal, comprensivi di criteri sociali e ambientali, oltre che qualitativi. Così, il "Walk The Talk" è diventato "Walk The Talk India", riuscendo a coinvolgere il fornitore locale su attività di volontariato come la riforestazione di piante autoctone con proprietà anti-erosive, formazione su pratiche igieniche rivolta a piccole imprese di street food, formazione in materia di cura del verde, lezioni di inglese nella scuola elementare pubblica Sri Sarachamadan in video conferenza con la scuola elementare di Rodengo Saiano, in provincia di Brescia, dove ha sede Omal. I benefici di questo progetto sono stati molteplici e possono avere effetti di lunga durata: Omal ha individuato un partner commerciale affidabile, in linea con il suo piano di cost saving e sono stati definiti nuovi criteri di scouting dei futuri fornitori, comprensivi di principi etici e sociali. Inoltre, questa cross-sectoral partnership, la prima in assoluto tra Italia e India realizzata in queste forme, ha portato al

coinvolgimento di 100 dipendenti delle due aziende nelle attività di volontariato e altri potranno aggiungersi in futuro. Questa formula si è dimostrata vincente e soprattutto ha il pregio di poter essere replicata ovunque Omal decida di trovare nuovi fornitori nel mondo, soprattutto nei paesi in via di sviluppo, portando non solo crescita economica ma contribuendo fattivamente ad uno sviluppo sociale, in grado di migliorare la vita delle persone e la reputazione delle aziende che ne promuovono le finalità, lasciandosi coinvolgere in prima persona. ■



Lucia Dal Negro,
Social Innovation Manager di Omal.

Best Practice negoziali

a cura della redazione

Progetto coraggioso, innovativo e sviluppato in modo efficace. Questi gli aggettivi con cui Marco D'Ilario, Managing Director di Hrs Italia, Spagna, Portogallo, Turchia, Svizzera, Malta e Medioriente ha descritto il progetto dell'azienda CFT che ha vinto i The Procurement Awards 2017 nella categoria "Best Practice Negoziali".

PERCHÉ AVETE DECISO DI PARTECIPARE AGLI AWARDS THE PROCUREMENT?

In primis il giudizio nei confronti dell'evento è stato estremamente positivo e poi abbiamo deciso di partecipare perché siamo (da sempre) molto vicini al mondo del procurement; quotidianamente, infatti, ci occupiamo di supportare l'ufficio acquisti nell'innovazione tecnologica. Sappiamo, dunque, le difficoltà che incontra il mondo del procurement e le sfide che deve affrontare

COME MAI È STATO SCELTO PROPRIO IL PROGETTO DI CFT "DALLA STRATEGIA DEGLI ACQUISTI ALLA RIDUZIONE DEI COSTI TOTALI" COME VINCITORE?

Ha avuto il coraggio di affrontare un tema su cui, ad oggi, non c'è ancora una giurisprudenza. Quello che ci ha particolarmente colpito è stata la dichiarazione iniziale dei presupposti di riuscita, oltre che l'aver stabilito obiettivi chiari e concreti. Il progetto

è stato molto ben costruito, era ben specificato il coinvolgimento dei buyer e di tutti i soggetti su cui il cambiamento andava ad impattare. Altro aspetto che ha contribuito alla vittoria è stato l'inserimento della "opzione" premiare economicamente il personale quando vengono raggiunti gli obiettivi programmati. Insomma, è un progetto che guarda al futuro con l'obiettivo di cambiare l'approccio dell'ufficio acquisti.

PROPRIO PERCHÉ È UN PROGETTO COSÌ INNOVATIVO NON RISCHIA DI RIMANERE SOLO SULLA CARTA. IL CAMBIAMENTO RICHIEDE TEMPO.

Il cambiamento richiede tempo e si sviluppa molto lentamente quando: non si hanno chiari gli obiettivi che si vogliono raggiungere e non si coinvolgono tutti i soggetti (diretti e indiretti) che verranno colpiti dal cambiamento. In questo caso questo tipo di criticità sono state azzerate; gli obiettivi sono stati presentati in modo chiaro e preciso e gli attori interessati sono stati prontamente coinvolti nel processo di cambiamento. ■



Semplificare il business travel. Questo l'obiettivo di HRS che aiuta il mondo delle aziende e chi viaggia per lavoro a trovare la migliore sistemazione in hotel e semplificare le procedure legate al viaggio. HRS fornisce servizi di automazione e consulenza end-to-end a più di 40.000 aziende ed è anche il principale fornitore di contenuti alberghieri a livello mondiale, offrendo cinque milioni di camere in più di 350 mila alberghi in 190 paesi.

CFT Group, dalla strategia degli acquisti alla riduzione dei costi totali

a cura della redazione

Ripartito su un percorso di sviluppo triennale, iniziato nel 2016, il progetto messo a punto da CFT Group, vincitore del primo premio nella categoria "Best Practice negoziali", riguarda l'implementazione di un Piano Strategico degli Acquisti.

L'obiettivo prioritario del progetto è stato quello di creare le condizioni organizzative per ottenere nel breve, medio e lungo periodo una **riduzione del Costo Totale d'Acquisto**.

La sua realizzazione è stata messa a punto in particolare attraverso la riorganizzazione del processo d'acquisto (ruoli, responsabilità, persone, strumenti), la crescita professionale della struttura su competenze specifiche d'acquisto (marketing d'acquisto, price analysis, negoziazione, ...), l'azione mirata di saving su ciascuna delle Famiglie merceologiche, attraverso una razionalizzazione dei fornitori, definizione target price negoziali, miglioramento della puntualità e qualità di consegna.

Avviato nel maggio 2016, nella prima fase sono state create le condizioni organizzative, di crescita delle competenze e si sono sviluppate le prime azioni per attivare una riduzione dei costi (QUICK WINS).

Per il 2017 e 2018, la sfida è quella di consolidare le azioni messe in atto fino ad oggi, continuando a lanciare nuove attività di miglioramento per la riduzione dei costi, per passare sempre più da una logica di progetto ad una logica di processo, cercando di velocizzare, una volta identificate le opportunità di

miglioramento, il raggiungimento dei risultati, implementando la price analysis per la definizione di target negoziali.

ING. CRINTO, COSA HA SIGNIFICATO PARTECIPARE AL THE PROCUREMENT AWARD?

"Ho trovato l'iniziativa stimolante con la convinzione che una nostra partecipazione potesse da un lato condividere con altre aziende progetti di miglioramento sugli acquisti e dall'altro presentare la qualità del lavoro fatto ed avere un riconoscimento da parte della Giuria. Devo dire che la serata della premiazione ha soddisfatto entrambe le mie aspettative."

HA QUALCHE CONSIDERAZIONE IN MERITO AL PROGETTO PRESENTATO?

"La mia convinzione è che su ogni progetto di miglioramento degli Acquisti, nel nostro caso di un Piano Strategico degli Acquisti triennale, è fondamentale creare le condizioni organizzative, di competenze delle persone e di strumenti di supporto al processo d'acquisto, che permettano di generare nel tempo miglioramenti di performance nelle specifiche Categorie Merceologiche. ■



Specializzata negli impianti di processing and packaging, in particolare per l'industria alimentare e beverage, il gruppo parmense CFT propone soluzioni tecniche innovative, flessibili e customizzate sulle esigenze del cliente. Il fatturato anno è di circa 180 milioni di euro con un fatturato d'acquisti di circa 100 milioni di euro.



Marco D'Ilario, Managing Director di HRS, Mirko Crinto, Operations Director di CFT, Francesco Calì, Managing Director di VALEO-in

Innovazione negli acquisti

a cura della redazione

“L’innovazione è un tema chiave per lo sviluppo di tutte le nostre aziende”. Queste le parole con cui Lorenzo Centi, direttore di Ayming Italia, ha descritto la categoria scelta per i The Procurement Awards 2017.

COME MAI AVETE DECISO DI PARTECIPARE AI THE PROCUREMENT AWARDS 2017?

Partecipare per noi di Ayming ha avuto un grande significato e non solo per la platea di prestigio che ha preso parte all’evento ma anche perché sono state premiate le vere eccellenze nel mondo degli acquisti, quelle fatte dai progetti, dalle idee e dal lavoro delle persone.

PERCHÉ AVETE SCELTO PROPRIO LA CATEGORIA INNOVAZIONE?

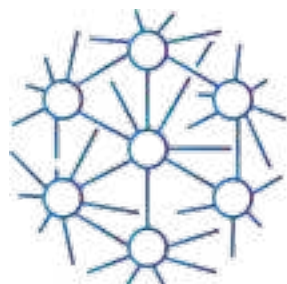
Abbiamo scelto l’innovazione perché lo riteniamo un tema chiave per lo

sviluppo di tutte le aziende a cui facciamo consulenza e perché ci è piaciuto il modo in cui è stato declinato per questi Awards. Innovare significa promuovere un cambiamento che porti miglioramenti e vantaggi misurabili nei processi e nelle performance. È una tappa fondamentale nello sviluppo aziendale e noi in Ayming facciamo proprio questo.

DECLINANDO IL TEMA DELL'INNOVAZIONE NEL MODO DEGLI ACQUISTI, QUALI SONO GLI ASPETTI PRINCIPALI?

Un tema che riteniamo importante nel procurement è la trasformazione digitale.

Questo aspetto non è da sottovalutare perché il settore degli acquisti si dovrà confrontare con questa sfida nei prossimi anni. Si parla, dunque, di un’evoluzione che traghetta la gestione e le relazioni con i fornitori a un livello paritetico a quello che oggi è in atto solo con i clienti. Ayming pensa, dunque, che l’aspetto innovativo sia qualcosa che le aziende devono saper cogliere se vogliono abbracciare un futuro di successo. ■



ayming

business
performance
consulting

Ayming è un gruppo internazionale di consulenza, attivo in 16 paesi e nato dalla fusione tra Alma Consulting Group e Lowendalmasai (due leader nella consulenza per il miglioramento delle performance aziendali). Ayming propone programmi personalizzati che si concretizzano nel miglioramento e nell’accelerazione della crescita aziendale, anticipando i cambiamenti. Le competenze offerte dal gruppo sono di cinque: riduzione dei costi, innovazione, working capital, fiscalità e risorse umane.

Alitalia - Horizon, la nuova frontiera del procurement

a cura della redazione

Esempio di un grande lavoro di squadra, sintesi di una fortunata collaborazione tra Procurement, IT e HR, Alitalia ha presentato Horizon, progetto che ha saputo convincere la giuria, conquistando il primo premio dedicato all’Innovazione.

Nell’ambito di una più ampia trasformazione all’interno dell’area Finance, la Compagnia ha realizzato la riorganizzazione completa del Procurement, puntando sulla specializzazione delle competenze e l’attivazione di nuovi canali di acquisto differenziati sulla base di alcuni parametri fondamentali, quali frequenza e tipologia di spesa. Il risultato è stato il passaggio da un approccio gerarchico a un processo decisionale snello, focalizzazione dei talenti, tempi di acquisto ridotti fino al 40% e maggiori leve negoziali”, ha dichiarato Francesca Fadda, Finance Trasformation e PMO di progetto, protagonista del processo implementativo di Horizon, insieme a Valerio Dal Monte, Vice President Procurement di Alitalia.

IL PROGETTO SI BASA ESSENZIALMENTE SU TRE PILASTRI:

- **Nuova organizzazione** suddivisa in:
 1. *Category management*, team organizzati per area che guidano le strategie di ciascuna categoria facendo leva su ecosistemi esterni ed interni
 2. *Centre of expertise*, team trasversale

dedicato all’ eSourcing, al Continuous Improvement e al nuovo processo di Spot Buying

3. *Procurement operations*, team trasversale che supporta l’esecuzione del processo di acquisto

• Canali di acquisto:

1. *Strategic sourcing*, nuovo modo di comprare beni e servizi con alta rilevanza e impatto diretto sul core business
2. *Spot buying*, eliminazione ritardi attraverso un team cross categoria che beneficia di uno scouting più rapido e di un processo di acquisto più snello
3. *Self sourcing*, gestione diretta degli acquisti di basso valore da parte della Linea

• **Buyer portal**: portale disponibile per tutti i dipendenti Alitalia, unico punto di contatto per un Procurement orientato alla qualità del servizio offerto alla Linea. Piattaforma volta ad agevolare l’individuazione del giusto canale di acquisto da attivare per la richiesta di uno specifico bene/servizio. ■

Alitalia - Società Aerea Italiana (alitalia.com) è la principale compagnia aerea italiana. Nella stagione estiva 2017 Alitalia vola verso 94 destinazioni, di cui 26 in Italia e 68 nel resto del mondo, per un totale di 4.200 voli settimanali e 144 rotte. Alitalia vanta una delle flotte più moderne ed efficienti al mondo



Francesca Fadda, Finance Business Transformation di Alitalia e Valerio Dal Monte, Vice President Procurement di Alitalia



Acquisti in team

a cura della redazione

COSA HA SIGNIFICATO PARTECIPARE AGLI AWARDS DI THE PROCUREMENT?

CWT sostiene i Procurement Awards fin dalla prima edizione perché siamo convinti che sia importante fare cultura e promuovere l'innalzamento delle professionalità nel settore anche grazie a un meccanismo competitivo che premia le eccellenze. Tanto più considerando che è gestito da un autorevole punto di riferimento come The Procurement, con cui collaboriamo in occasione anche di altri utili momenti di formazione e aggiornamento.

Gli Awards sono ormai un consolidato evento che offre alla Community dei responsabili acquisti una preziosa opportunità per ritrovarsi e rafforzarsi, acquisendo anche maggiore consapevolezza, e che grazie all'impatto mediatico di questa serata contribuisce a dare visibilità a una funzione che in Italia non ha ancora la centralità già assunta in altri mercati.

COME MAI HA DECISO DI RAPPRESENTARE LA CATEGORIA "ACQUISITI IN TEAM"?

Quest'anno abbiamo scelto la categoria degli Acquisti in team perché nelle aziende - come nelle squadre sportive - è il "noi" che porta al successo. Sono la condivisione, gli input che possono venire da altri team, il pensare fuori dagli schemi, il mettere insieme competenze diverse per raggiungere un unico obiettivo, a fare veramente la differenza! E questo è qualcosa in cui come CWT crediamo fortemente.

QUAL'È LA VOSTRA CONSIDERAZIONE IN MERITO AL VINCITORE E AL SUO PROGETTO.

Sono state presentate molte candidature e tutte di alto livello, perciò la competizione è stata estremamente viva e interessante. L'azienda vincitrice Omal si è distinta in particolare per il progetto T.V.O. Smart App per le Operations in virtù dello scambio di informazioni e di best-practice portato avanti a più livelli non solo all'interno dell'azienda ma anche con i fornitori strategici e con i clienti, che ha consentito di generare un importante valore aggiunto e di ottenere saving.

Anche nella nostra esperienza CWT la progettazione partecipata, non solo in team e tra le diverse funzioni, ma innanzitutto a fianco dell'azienda cliente e con tutti gli altri provider di servizi



Loretta Bartolucci, Senior Director Sales, Marketing & Advanced Clients Solutions CWT Italia

coinvolti è la chiave del successo per ottimizzare la gestione delle trasferte. La nostra capacità di offrire consulenza a 360 gradi ci pone infatti in un'ottica privilegiata, e così, relazionandoci con tutti gli stakeholder coinvolti, siamo in grado di individuare tutte le soluzioni e gli strumenti utili per ottenere gli obiettivi desiderati.

Complimenti ancora al team Omal e arrivederci alla prossima edizione! ■



Carlson Wagonlit Travel supporta aziende e istituzioni per ottimizzare la gestione delle trasferte di lavoro, grazie agli strumenti tecnologici più innovativi e a una consulenza specializzata. CWT è presente in circa 150 Paesi con oltre 18.000 collaboratori, e in Italia è attiva da oltre 80 anni. Nel 2016 ha registrato un volume di traffico complessivo di 23 miliardi di dollari.

Omal Lavoro di squadra per la conquista di nuovi mercati

a cura della redazione

Interfunzionalità, visione olistica, condivisione dei saperi. Sono questi gli ingredienti vincenti che hanno portato Omal a conquistare uno spicchio di mercato tedesco, oltre al premio di The Procurement, dedicato alla categoria "Acquisti in Team".

Prochemie 60, questo il nome del progetto, è il risultato di un lavoro di due anni. Iniziato dalle prime analisi di mercato, di ricerca dei fornitori, ha sviluppato una valvola a sfera flangiata in acciaio Inox, altamente performante, che ha saputo superare i stringenti test degli enti di certificazione tedeschi, per poi essere immessa su un mercato inesplorato, dominato da aziende locali, come quello teutonico. La premessa che ha portato alla

realizzazione di Prochemie 60 è stata quella di scardinare alcune rigidità con un approccio di collaborazione, non solo interno all'azienda, ma anche nel rapporto con fornitori e clienti. In particolare è stato spostato il focus dal TCO (total Costy of Ownership), al TVO (Total Value of Ownership), permettendo al purchasing manager, Michele Benini, di affrontare il progetto con un innovativo punto di vista, puntando non solo su come fare saving, che comunque ha raggiunto la soglia ragguardevole del

25%, quanto su come far guadagnare l'azienda, non esclusivamente in termini economici. "Fondamentale è stato lo spirito che ci ha dato questo progetto all'interno dell'azienda", ha sottolineato Michele Benini, che ha confermato come questo modus operandi potrà essere replicato su eventuali potenziali nuovi mercati. Omal, infatti, è in fase di evoluzione e molti sono i progetti in cantiere, nelle diverse operations, tutti, naturalmente nati da un approccio aperto e interfunzionale. ■



Competenze negli acquisti

a cura della redazione

COSA HA SIGNIFICATO PARTECIPARE AGLI AWARDS DI THE PROCUREMENT?

Partecipare agli Awards di The Procurement ha significato sottolineare l'importanza crescente che la funzione acquisti ricopre nelle aziende. Questa è sempre più protagonista all'interno delle società e negli ultimi anni ha subito un notevole sviluppo.

COME MAI HA SCELTO PROPRIO LA CATEGORIA COMPETENZE NEGLI ACQUISTI?

La scelta è ricaduta proprio sulla categoria "competenze negli acquisti" perché l'abbiamo vista in sintonia con la nostra mission, che è quella di promuovere il ruolo determinante del capitale umano e della sua formazione continua nell'economia della conoscenza.

EVENTUALI CONSIDERAZIONE SUL VINCITORE E IL SUO PROGETTO.

Comer Industries ha presentato un progetto molto bello, basato sulla crescita delle competenze. In particolare ci ha colpito la loro attenzione a trasferire nell'operatività del business la formazione svolta, implementandola nella quotidianità. Questa capacità di knowledge sharing è senza dubbio la parte più innovativa del loro progetto. ■



Group
YOUR JOB, OUR WORK

Gi Group è la prima multinazionale italiana del lavoro e una delle principali realtà, a livello mondiale, nei servizi dedicati allo sviluppo del mercato del lavoro. Il Gruppo è attivo nei servizi di: lavoro temporaneo, permanent staffing, ricerca e selezione, executive search, formazione, supporto alla ricollocazione, outsourcing, consulenza HR, field marketing. I servizi offerti in Italia sono pensati e focalizzati sia sulle esigenze di aziende corporate e multinazionali, grazie a 14 divisioni specializzate per settore, sia alle esigenze del mercato retail, grazie alla ramificata copertura territoriale di oltre 200 filiali. Gi Group opera con partnership strategiche in oltre 40 paesi in Europa, Asia, Africa e America e alla fine del 2010 ha ottenuto un importante riconoscimento con l'ingresso in WEC (la confederazione mondiale delle agenzie per il lavoro) in qualità di Global Corporate Member. Nel 2016 ha servito più di 12.000 aziende con un fatturato di 1.660 milioni di Euro.

Comer industries: formazione e condivisione per lo sviluppo delle competenze

a cura della redazione

Formazione, competenze e knowledge sharing interno, Comer Industries ha fatto di questi elementi un modus operandi vincente. Per questo motivo, la giuria di The Procurement lo ha scelto come vincitore del primo premio nella categoria Competenze negli acquisti. A ritirare il riconoscimento, Stefano Rizzo, Purchasing Manager dell'azienda, che così ha spiegato la scelta di partecipare ai nostri awards:

Comer Industries è un'azienda che punta molto alla qualità delle risorse e alla loro formazione. Abbiamo un centro di formazione interno (Comer Academy) che è molto attivo. Gli acquisti sono una funzione strategica, a maggior ragione, in un settore come il nostro dove il peso del global sourcing sul costo del venduto è molto alto. E' quindi indispensabile puntare ad avere risorse eccellenti, con un livello di competenze molto alto ed aggiornato. Per raggiungere questo obiettivo si è lavorato e si sta lavorando incessantemente. Personalmente ritengo che il lavoro fatto fino ad oggi, per quella che è la mia personale esperienza, meritasse la partecipazione ad un premio unico nel suo genere in Italia.

IN COSA CONSISTE IL VOSTRO PROGETTO?

Il progetto ha tre cardini importanti: la crescita delle competenze, attraverso

un'attività di formazione continua e specifica; l'implementazione di strumenti atti a facilitare ed incoraggiare l'utilizzo nel business delle nuove competenze acquisite; il knowledge sharing, ovvero la divulgazione delle competenze, con il preciso scopo di fare in modo che quanto "seminato" nelle singole risorse diventi un patrimonio consolidato dell'azienda. Proprio quest'ultima parte del progetto ritengo abbia colpito i giudici in quanto, ciò che è stato sviluppato ed, in particolare, quanto fatto negli acquisti e presentato nel progetto, ha un elevato livello di originalità e, come tale, rappresenta un bel riferimento per altre aziende che vogli intraprendere un percorso simile.

A CONSEGNARLE IL PREMIO, ANTONIO BONARDO, DIRECTOR GROUP PUBLIC AFFAIR DI GI GROUP

Gi group è senz'altro un riferimento nei servizi dedicati allo sviluppo del mercato del lavoro. Non ci ha stupito pertanto che abbia deciso di sponsorizzare questa

iniziativa e questo premio in particolare, ad ulteriore conferma, laddove ce ne fosse bisogno, di come l'attenzione posta da questa società alla crescita delle competenze e delle risorse nelle aziende passi anche attraverso eventi come questo. ■



comer industries



Stefano Rizzo, Purchasing Manager di Comer Industries.

Monte dei Paschi di Siena, menzione speciale

a cura della redazione

“Dal 1472 al futuro... grazie a tecnologie IoT”, è con questo progetto che la banca più antica del mondo si è aggiudicata il premio “Purchasing People”, nuovo riconoscimento istituito con l'edizione 2017 dei The Procurement Awards e decretato dai partecipanti alla serata

Sul palco a presentare il lavoro, Antonio Salzano responsabile acquisti di gruppo e gestione fornitori, che ha ricevuto il premio da Luca Bondini, direttore generale di I-Faber, partner dell'evento. Il progetto è nato dall'esigenza di gestire in modo efficiente ed efficace gli oltre 2.200 immobili di MdP, dislocati su tutta la penisola italiana, sia sul fronte energy che facility management.

Diretto da Enrico Grazzini, chief operation officer, il progetto è stato sviluppato, lato procurement da Ettore Minnella, responsabile area Acquisito, cost management e logistica, e Antonio Salzano, lato real estate da Martino Morandini, responsabile area immobiliare, Franco Biondi, responsabile engineering, Rossano Semplici, responsabile Manutenzioni immobiliari, Maurizio Fineschi Energy Manager, Simone Brogi, governo manutenzioni.

Molteplici sono i fattori chiave utilizzati che hanno portato a benefici evidenti nella riprogettazione della gestione degli immobili, tra questi:

- modelli predittivi consumo/prezzi
- utilizzo di tecnologie IoT e Smart meters
- tecnologia cloud

- control tower e tecnologia attuativa per la gestione degli impianti
 - Revisione dei modelli operativi/work flow
 - Clusterizzazione
 - Utilizzo del facility Condition index e building rating value per indirizzare i piani di investimento
- Tutto questo e molto altro, ha portato a un saving della spesa energetica (-11%), della spesa di facility (-5% del facility

management (-8%) e un incremento del ROI superiore a 5. ■



Antonio Salzano, Responsabile Servizio Acquisti di Gruppo e Ottimizzazione Costi di Monte dei Paschi di Siena e Luca Bondini, Direttore generale di i-Faber.

Banca Mediolanum due progetti in finale

a cura della redazione

Per Banca Mediolanum è fondamentale, e rappresenta fonte di crescita continua, l'interazione con tutti gli stakeholder con i quali si relaziona costantemente.

E il dialogo costante con ognuno di essi assume una valenza strategica nella creazione di valore sostenibile nel tempo. Sostenibilità che si ritrova anche nella scelta dei fornitori che devono rispettare comportamenti responsabili ed etici, anche nei confronti dell'ambiente e della collettività.

“Abbiamo deciso di partecipare all'Award BEYOND SAVING - dichiara Roberto de Mari, direttore Procurement & Corporate Services di Banca Mediolanum - per entrare in contatto con le altre realtà del mercato e per promuovere il contributo e il valore che il settore acquisti può apportare alle propria Azienda. Abbiamo dimostrato come la nostra organizzazione stia sviluppando e innovando il processo d'acquisto per migliorare le proprie performance, oltre che economiche, negoziali e strategiche”. Banca Mediolanum ha ottenuto due secondi posti grazie a progetti focalizzati sulla capacità della funzione acquisti di migliorare e contribuire ai risultati aziendali, volti a obiettivi cardine: ottimizzazione, negoziazione, gestione dei fornitori, riduzione dei costi, perfezionamento dei processi, lavoro di team.

Per la categoria “Acquisti etici e sostenibili” il progetto “New Concept palazzo Volta” rappresenta - come riporta la motivazione del premio - “un ottimo esempio di progettazione degli spazi lavorativi finalizzati al benessere delle persone”. In occasione della ristrutturazione e riconfigurazione

degli spazi di un intero edificio, con l'obiettivo del miglioramento degli ambienti di lavoro, è stato anche favorito l'engagement delle persone nell'ottica dell'applicazione del concetto di smart office. Nuovi ambienti di lavoro che favoriscono il modo di lavorare e aiutano a migliorare la performance professionale.

In quest'ottica, abbiamo realizzato ambienti studiati per rispettare il benessere e il comfort delle persone sul luogo di lavoro, con la creazione di spazi accoglienti e con servizi orientati a considerare la persona al centro, spazi «individuali» flessibili a favore di un'ampia disponibilità di luoghi di aggregazione, confronto e formazione, il tutto integrato con tecnologie digitali e di building automation a new way of working!

Per la categoria “Acquisti in team interfunzionale” il progetto “Gestione della fornitura di servizi - adempimenti normativi” è stato premiato dalla Giuria per la “Semplificazione ed automatizzazione del processo di adempimenti normativi per appalti di servizi”.

Un progetto durato 8 mesi, promosso dalla funzione “Contract & Quality Management” all'interno della Direzione Acquisti della Banca, grazie alla attivazione di un team interfunzionale e trasversale che ha coinvolto le unit Acquisti, Safety, Corporate Services, Affari Legali, Risorse Umane e Organizzazione.

“Una funzione nata recentemente - afferma Roberto de Mari - dall'esigenza di regolamentare e presidiare i flussi con gli oltre 2.280 fornitori. Il progetto, organizzato in diverse fasi, ha avuto come primo obiettivo quello di standardizzare i contratti in essere, al fine di ottimizzare

il processo di gestione dei documenti, identificare ruoli e responsabilità delle unità organizzative e ridurre il rischio di natura legale e giuslavoristico. Il risultato è stato: l'individuazione di 12 principali tipologie di contratto standardizzate; un workflow suddiviso in 13 fasi di processo con le 6 unità organizzative coinvolte sia nella fase progettuale sia in quella esecutiva; e la produzione di un regolamento interno di processo”.

Il passo successivo è stato quello di digitalizzare il workflow che permette alle varie funzioni aziendali interessate di collaborare ed interagire in modo efficiente ed efficace. “Anche in questo caso - conclude de Mari - è stata aperta una nuova strada grazie alla dedizione e all'impegno di tutta la squadra “Acquisti” che quotidianamente lavora per supportare le diverse unità organizzative della Banca nella ricerca, individuazione e approvvigionamento dei beni e servizi necessari ad assicurare, con qualità, time to market ed economicità il regolare svolgimento dell'attività aziendale”. ■



Roberto de Mari con parte del suo team. Da sin: Antonella Leone, Roberto de Mari, Maria Grazia Paratore e Danila Frigerio.