

Il purchasing category management nella gestione dei costi aziendali

intervista a cura di Niuma a Vittorio Giannecchini, Presidente Tipiem

Nell'attuale scenario economico, con la presenza sul mercato di competitor con strutture di costo sempre più snelle, sempre maggiore complessità organizzativa e di processo, e innovazioni tecnologiche sempre più all'avanguardia, se si vuole rimanere competitivi, la necessità di implementare azioni di riduzione dei costi è divenuta un'esigenza imprescindibile non solo per le grandi aziende, ma anche per le piccole e medie imprese che rappresentano, ancora oggi, la spina dorsale del tessuto produttivo italiano.

Tra gli approcci che hanno questo obiettivo, il **category management** applicato all'area acquisti rappresenta senza dubbio una leva che, se applicata in modo strutturato, permette di ottenere sensibili ottimizzazioni e risparmi, al fine di migliorare le performance aziendali.

Nell'ottica di offrire alle aziende un servizio di eccellenza in questa direzione, **Niuma** ha realizzato una nuova **partnership** con **Tipiem (Theprocurement)**, un'azienda italiana che si propone, attraverso un network di specialisti di categoria di grande esperienza, di fare benchmark di mer-

cato rapidi e affidabili.

«Questa partnership si inserisce in un piano di integrazione finalizzato ad arricchire l'offerta tecnologica, già consolidata attraverso la piattaforma specializzata di e-procurement **niumActive**, con servizi di consulenza e di supporto operativo nelle varie aree di spesa che hanno il fine di ottenere risultati di migliore qualità e risparmio significativi e misurabili, a vantaggio di tutto il business aziendale. Ecco perché reputiamo questo sodalizio, avvalorato anche da una partecipazione di capitali, di grande efficacia per il procurement e capace di portare un importante valore aggiunto all'offerta di Niuma», ha affermato **Giovanni Baruffini**, Ceo di Niuma.

Conosciamo meglio questa realtà attraverso l'intervista al suo Presidente, **Vittorio Giannecchini**.

COME NASCE TIPIEM E QUAL È LA SUA VALUE PROPOSITION?

Tipiem nasce a marzo del 2017 grazie all'iniziativa di alcuni professionisti che hanno voluto mettere a disposizione le loro esperienze manageriali con un'offerta "taylor made" allo scopo di offrire al mercato una value proposition completa nel procurement, offrendo servizi e soluzioni



Vittorio Giannecchini

Ha svolto la propria attività professionale, prima come Direttore commerciale e successivamente come Direttore generale, presso importanti multinazionali giapponesi nel mondo dell'elettronica di consumo dal 1989 al 2000. Dal 2000 e per i successivi 15 anni, sempre come Direttore generale, ha gestito sia lo sviluppo del business sia la gestione di tutte le operations aziendali in una importante società manifatturiera metalmeccanica. Dal 2017 co-founder di Theprocurement, una boutique di consulenza sul Cost Management.

per l'efficientamento dell'intero processo di acquisto a supporto della supply chain.

Affianchiamo il nostro cliente in progetti di consulenza legati alla revisione dei costi per categorie verticali di spesa. L'expertise dei nostri professionisti, con una consolidata e pluriennale esperienza del settore approvigionamenti, garantisce l'ottenimento degli obiettivi e delle performance nelle varie categorie, quali ad esempio trasporti e logistica, servizi generali, facilities, utilities, IT&Tlc, marketing, building & construction, materie prime e semilavorati.

Per dare concretezza alla nostra mission ci avvaliamo di asset che riteniamo fondamentali:

- network di **senior category specialist** per le più ricorrenti aree di spesa, condividendo con il cliente la scelta della figura più adatta per il raggiungimento degli obiettivi condivisi;
- network significativo di **potenziali fornitori** comprendente oltre 30mila fornitori in ambito europeo;
- piattaforma tecnologica integrata **niumActive**.

La complementarità tra le due società Niuma e Theprocurement, l'una con anima tecnologica e l'altra con anima consulenziale ed esperienza sull'intera supply chain,

ha dimostrato di poter risolvere aspetti tecnici e funzionali del procurement, portando importanti benefici al cliente finale.

COME SONO LE FASI DEL PROCESSO E LA METODOLOGIA CHE VIENE UTILIZZATA?

Il nostro metodo si articola in tre fasi di processo, che vengono sviluppate a seguito di un primo approccio con il cliente e la determinazione dell'area di spesa oggetto dell'analisi, così come dettagliato nell'immagine:

- **fase 1:** benchmark, analisi dettagliata dell'as is e definizione del modello to be;
- **fase 2:** elaborazione del piano di sourcing e attuazione attraverso aste o gare;
- **fase 3:** supporto post aggiudicazione e controllo.

Tipiem propone un modello di remunerazione, così come avviene in tutta l'attività di consulenza, che si basa sulla condivisione dei risultati e degli effettivi risparmi ottenuti: al termine di un primo diagnostics o macro assessment, viene condiviso l'obiettivo di progetto e il conseguente saving-sharing.

SONO QUINDI SIGNIFICATIVE LE OPPORTUNITÀ DI RISPARMIO POSSIBILI CON UN APPROCCIO STRUTTURATO DI PURCHASING CATEGORY MANAGEMENT. QUALI SONO I PRINCIPALI BENEFICI?

Tra i **benefici** riportiamo:

- riduzione della spesa annua sostenuta per categoria analizzata (che si traduce in risultati sia di breve sia di medio-lungo periodo) con un focus sul Tco;
- condivisione della metodologia di progetto a supporto della supply chain;
- coinvolgimento delle risorse disponibili;
- riduzione del rischio di fornitura e analisi di sostenibilità economico/finanziaria;
- miglioramenti in termini di qualità della fornitura (es. livello di servizio, ecc.) e massimo valore ottenibile dalla gestione del parco fornitori.

Tipiem, piuttosto che indicare delle percentuali generalizzate di saving per categoria di spesa, sceglie di declinarle sulla effettiva spesa di ogni singolo cliente.

Tipiem e Niuma condividono lo stesso impegno e accountability per i risultati dei clienti e, pertanto, vogliono fornire un reale supporto alla direzione acquisti ricercando la concretezza dei risultati in un effettivo rapporto di partnership.

L'applicazione di questo approccio, unita a sistemi di analisi e reporting forniti dalle soluzioni tecnologiche, permette di aumentare il livello di visibilità della spesa per l'acquisto di beni e servizi e di stimolare la collaborazione cross-funzionale. ■

