VITALE NOVELLO ZANE & CO.
CONSULENZA DI DIREZIONE

Cultura d'impresa e
di management

Il sistema di controllo di gestione: uno strumento indispensabile a supporto della strategia d'impresa

Percorso formativo in 5 incontri per Imprenditori e CFO

Ciclo di incontri formativi nelle date:

20 marzo 2015

27 marzo 2015

10 aprile 2015

16 aprile 2015

22 aprile 2015

Ore: 15,30 - 18,30

Centro Paolo VI

Via Gezio Calini, 30

Brescia (BS)

Info:

Telefono: +39 2943480

E-mail: info@vnz.it

In collaborazione con DIMENSIONE CONTROLLO

La situazione nella quale le imprese si trovano attualmente ad operare, come effetto della globalizzazione, è unica e profondamente diversa dal passato: è **ipercompetizione**.

Le variabili che la caratterizzano sono:

- la perdurante turbolenza ambientale;
- la maturità raggiunta da molti business;
- la sempre più "raffinata" evoluzione del cliente;
- il moltiplicarsi dei concorrenti da aree sino a poco tempo fa ai margini della competizione.

In questo contesto non ci si può più permettere di non avere sotto controllo le dinamiche gestionali e le strutture che ci si è dati per affrontarle.

Mentre in passato il vantaggio competitivo di un'impresa poteva infatti anche essere un fattore vincente per periodi molto lunghi, in "ipercompetizione" questo vantaggio spesso viene imitato e/o superato rapidamente e quindi cessa di essere un fattore distintivo.

Un efficace controllo di gestione costituisce sempre di più una fonte di vantaggio competitivo poiché può aiutare ad individuare le alternative strategiche e le attività che possono essere nuove fonti di vantaggio competitivo.

Per contro l'assenza di un efficace controllo di gestione è un grande fattore di svantaggio competitivo: a parità di decisori, la qualità della decisione è rigorosamente proporzionale alla quantità e qualità di informazioni pertinenti di cui il decisore dispone.

Il percorso formativo proposto, destinato all'Imprenditore e al suo CFO intende essere una occasione di approfondimento e confronto su tematiche che la teoria, e le dure esperienze della crisi, evidenziano ormai come ineludibili.

Le lezioni saranno tenute dal **Prof. Alberto Bubbio**

Socio fondatore di Dimensione Controllo e attuale Amministratore unico. Laureato alla Università Bocconi di Milano e specializzazione alla Harvard Business School, svolge attività professionale di consulenza dal 1982. È autore di libri e numerose pubblicazioni sui temi di Pianificazione e Controllo. È professore associato di economia aziendale presso l'Università Cattaneo – Liuc. Dopo più di quindici anni, trascorsi come docente ufficiale della Sda-Bocconi (dove fra l'altro è stato Coordinatore dell'Executive Master Serale in Economia e Gestione d'azienda e del 1° General Management Program), oggi collabora con alcune fra le principali Business School italiane (tra queste: Cfmt per executive del Terziario Avanzato, Istud e la Supsi nel Canton Ticino).

Programma

1) Venerdì 20 marzo 2015

Il controllo di gestione come fonte di vantaggio competitivo (A. Bubbio)

E' cambiato il concetto di tempo sia nelle relazioni che nelle reazioni.

L'importanza di saper reagire ai "segnali deboli" oltre che ai "segnali forti".

Nuovi strumenti e nuove modalità di svolgimento dei processi di pianificazione e controllo.

I nuovi strumenti del controllo di gestione: la Balanced Scorecard e il Cost Management.

2) Venerdì 27 marzo 2015

Alla ricerca della redditività perduta, in quanto motore della crescita (A. Bubbio)

La redditività è il motore della crescita e per questo va interpretata più come mezzo che come semplice obiettivo.

Un possibile modello di analisi per interpretare le perfomance economico-finanziarie d'impresa attraverso una visione di sintesi.

Pochi indicatori ma con una precisa valenza strategica.

3) Venerdì 10 aprile 2015

Analisi e gestione dei costi per non sbagliare le strategie aziendali: come ridurre i costi senza "tagliare" i valori (A. Bubbio)

Oltre alle configurazioni di costo tradizionali (costo pieno o costo variabile) verso le informazioni di costo più opportune a supporto delle diverse decisioni aziendali.

Dal "*cost control*" al "*cost management*", fra cui il calcolo dei costi per processi (Activity Based Costing) e Target Costing.

I "tradizionali" modelli di costing devono essere adeguati ai nuovi contesti competitivi.

Guardare ai costi non con le logiche della *spending review* ma con quelle della gestione dei costi: il problema è spendere "bene" più che semplicemente spendere meno.

4) Giovedì 16 aprile 2015

Oltre il budget c'è il budget; ma è un budget diverso (A. Bubbio)

Il budget è uno strumento ormai molto diffuso, tuttavia è spesso utilizzato in modo non corretto, con risultati modesti se non addirittura negativi.

Il budget come strumento di direzione che orienti l'impresa al futuro.

Gli accorgimenti per elaborare un budget strategico

5) Mercoledì 22 aprile 2015

Riflessione collettiva finale con il Prof. Marco Vitale