

## PS/2010/045/7 Strumenti di programmazione e di reporting per la gestione di progetti e attività congiunti

(25 novembre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- Quadro generale di riferimento: il processo di programmazione e controllo
- Reporting: elementi caratterizzanti
- Modelli di individuazione dei processi congiunti da gestire (commesse, processi di mercato, processi produttivi)
- Programmazione economico-finanziaria dei processi congiunti
- Strumenti di consuntivazione e analisi: il reporting dei processi congiunti
- I sistemi di definizione dei costi in un'ottica di project management
- Gli attori del processo

### Relatore

**Andrea Stefani**, Consulente direzionale nell'area programmazione e controllo di gestione

### Quote di partecipazione

Il corso è modulare: il partecipante può costruire un proprio percorso formativo scegliendo i moduli di proprio interesse.

**Il primo modulo è fortemente consigliato**, in quanto fornisce l'inquadramento strategico per la comprensione degli altri approfondimenti.

#### Prima parte - I perchè delle alleanze e delle aggregazioni

Modulo introduttivo - due incontri (cod. PS/2010/045/1) 290,00 € + IVA

#### Seconda parte - I contenuti e gli strumenti delle aggregazioni

2° modulo (cod. PS/2010/045/2) 170,00 € + IVA

3° modulo (cod. PS/2010/045/3) 170,00 € + IVA

4° modulo (cod. PS/2010/045/4) 170,00 € + IVA

5° modulo (cod. PS/2010/045/5) 170,00 € + IVA

6° modulo (cod. PS/2010/045/6) 170,00 € + IVA

7° modulo (cod. PS/2010/045/7) 170,00 € + IVA

**Percorso Seconda parte (6 moduli) 790,00 € + IVA**

**Percorso completo (tutti i moduli) (cod. PS/2010/045/completo) 950,00 € + IVA**

I prezzi indicati sono riservati agli Associati Confindustria Vicenza. Informazioni sugli altri prezzi presso la Segreteria di Risorse in Crescita.

Gli incontri si svolgeranno dalle 14.30 alle 18.30 presso la sede didattica di Risorse in Crescita ad Altavilla Vicentina.

Ai partecipanti ad almeno 4 moduli verrà rilasciato un attestato di frequenza. Informazioni per l'iscrizione possono essere richieste alla segreteria di Risorse in Crescita al numero 0444 333710.

in collaborazione con



**CONFINDUSTRIA VICENZA**

Associazione Industriali della Provincia di Vicenza

Comitato Piccola Industria

### RISORSE IN CRESCITA

#### Sede legale e amministrativa:

Piazza Castello, 3 Vicenza

tel. 0444 232500 fax 0444 540228

#### Sede organizzativa e didattica:

Via G. Marconi, 103 Altavilla Vicentina (VI)

tel. 0444 333710 fax 0444 232698

#### Sedi operative:

Via Lago di Lugano, 15

(loc. Campo Romano) Schio (VI)

tel. 0445 576483 fax 0445 577399

Piazzetta De Gasperi, 5 Vicenza

tel. 0444 232736 fax 0444 326403



# Competere insieme. Produrre valore attraverso le aggregazioni

Idee, percorsi e strumenti di integrazione  
per le imprese

Ottobre - Dicembre 2010

## Premessa

I processi di collaborazione tra imprese si sviluppano spesso a partire da intuizioni originali, ma per avere successo hanno bisogno di metodo. Da questo punto di vista si è usciti da una fase pionieristica: il percorso che va dall'idea alla messa a regime della collaborazione si può compiere con metodi relativamente consolidati.

È ormai evidente innanzitutto che esistono **diversi livelli di “profondità” dell’integrazione**, che spaziano dallo svolgere insieme progetti e commesse, fino alle aggregazioni e alle integrazioni societarie, con diversi effetti sull'autonomia delle figure imprenditoriali e delle singole organizzazioni.

Dal punto di vista strategico è fondamentale che sia chiaro e venga condiviso il **“perché”, ovvero le motivazioni di fondo** degli imprenditori che collaborano, con una forte attenzione alla dimensione interpersonale. È decisivo anche il **“che cosa”**: le aree di **sinergia** (commerciale, produttivo-logistica, di sviluppo dell'innovazione) realisticamente attivabili, anche a partire dalla “fisionomia” competitiva delle singole aziende. Un aspetto significativo è poi costituito dagli **strumenti giuridici, societari, finanziari** che consentono di garantire la tenuta nel tempo del progetto e l'equa remunerazione per gli attori in gioco.

I seminari, rivolti ad imprenditori e manager, sono momenti di incontro con esperti autorevoli e costituiscono anche un'opportunità di confronto e discussione tra partecipanti.

È possibile l'iscrizione anche ai singoli moduli.

## I perchè delle alleanze e delle aggregazioni

In questi primi due incontri verranno illustrate le caratteristiche di varie tipologie di collaborazione tra imprese, esaminandone gli aspetti strategici in un'ottica “imprenditoriale”, a partire da esperienze concrete.

Vengono presi inoltre in considerazione gli aspetti interpersonali, spesso sottovalutati, che contribuiscono a produrre decisioni efficaci e sostenibili nel lungo termine, in particolare per le PMI e per le imprese familiari.

### PS/2010/045/1 MODULO INTRODUTTIVO (due incontri) Le strategie della fiducia: capirsi tra leader per collaborare tra imprese

(7 ottobre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- I leader delle imprese e i percorsi della collaborazione
- I processi relazionali e lo sviluppo della fiducia
- Quando lo “stomaco” è un buon radar: il ruolo delle emozioni nelle decisioni complesse
- L'esplicitazione delle aspettative tra interlocutori
- Alleanze, aggregazioni e dinamiche relazionali nelle imprese familiari
- La diversità delle culture d'impresa e la collaborazione tra organizzazioni

#### Relatore

**Prof. Massimo Bellotto**, *Docente ordinario di Psicologia del lavoro e delle organizzazioni, Università di Verona, Formatore Senior*

## Alleanze e aggregazioni: gli aspetti strategici

(14 ottobre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- Le strategie di crescita per linee esterne
- Tipologia e “profondità” della collaborazione: alleanze “tattiche”, aggregazioni, fusioni
- Il percorso di sviluppo delle alleanze
- Strategie di sviluppo delle alleanze
- Alleanze e obiettivi di mercato
- Valutazione delle alleanze in base alla compatibilità di mercato tra i partners
- Analisi e discussione di esperienze concrete

#### Relatore

**Dr. Giovanni Gajo**, *Responsabile Aggregazioni Confindustria Veneto*

## I contenuti e gli strumenti delle aggregazioni

Questa parte del percorso formativo ha l'obiettivo di aiutare gli imprenditori e i manager ad analizzare le principali aree di collaborazione per identificare in modo realistico i contenuti a valore aggiunto della collaborazione (vendere, produrre, fare innovazione).

Alcuni moduli del percorso permettono inoltre di analizzare gli aspetti più importanti da tenere presente nella costruzione delle aggregazioni, fornendo una mappa estesa delle implicazioni di mercato, tecniche ed organizzative.

### PS/2010/045/2 Il processo dell’aggregazione e la valutazione delle aziende: gestire il percorso dall’idea all’accordo

(21 ottobre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- Le tappe dello sviluppo di alleanze e aggregazioni
- Gestire le risorse e i tempi
- Definire il modello di governance
- Stabilire le “regole di uscita”
- Il processo di valutazione delle imprese
- Analisi dei dati di bilancio ai fini della valutazione
- Il metodo valutativo finanziario
- Il metodo di valutazione reddituale
- Il metodo misto patrimoniale-reddituale
- Elementi sul processo di quotazione

#### Relatore

**Dr. Maurizio Masetti**, *Consulente nell'ambito del Private Equity, già docente di Strategie e metodi di valutazione di azienda*

### PS/2010/045/3 La dimensione giuridico/fiscale e il contratto di rete

(28 ottobre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- Le tipologie di collaborazione dal punto di vista tecnico
- Il private equity
- Implicazioni giuridiche e fiscali
- Implicazioni di carattere societario
- Il contratto di rete: lo stato dell'arte e le opportunità della nuova normativa

- Il contratto di rete: gli aspetti fiscali
- I patti para-sociali

#### Relatore

**Dr. Luigi Pavanello**, *Avvocato d'impresa, consulente nell'area societaria*

### PS/2010/045/4 Aggregazioni per fare marketing e crescere all'estero

(5 novembre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- Alleanze e obiettivi di mercato
- Valutazione delle alleanze in base alla compatibilità di mercato tra i partners
- L'effetto commerciale delle alleanze e delle aggregazioni
- La ridefinizione delle strategie di marketing
- Le aree di alleanza di marketing (marca, distribuzione, vendita, prodotto, comunicazione)
- Crescita internazionale e collaborazioni tra imprese
- La comunicazione esterna

#### Relatore

**Prof. Roberto Grandinetti**, *Professore Ordinario di Marketing, Università di Padova e di Udine*

### PS/2010/045/5 Aggregazioni per fare innovazione e sviluppare know-how

(11 novembre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- L'innovazione “oltre i cancelli”: verso l'approccio dell'open innovation
- Lo scouting delle potenziali soluzioni (tecnologie, processi, materiali) e dei partner
- Gli accorgimenti per progettare e fare innovazione insieme
- Superare la sindrome “Not invented here”
- Un metodo “condiviso” per fare innovazione dalla Voce del cliente al prodotto finito

#### Relatore

**Ing. Massimo Piva**, *Consulente in ambito Business Planning, Marketing e Sviluppo prodotto*

### PS/2010/045/6 L'internazionalizzazione della produzione e delle operations: scelte di configurazione e di collaborazione inter-imprese

(18 novembre 2010 – ore 14.30- 18.30)

- Identificare le competenze distintive dell'impresa sul versante della produzione, logistica e postvendita
- Le scelte di configurazione del sistema operativo (“manufacturing and supply network”): quali pedine in quali quadranti dello scacchiere internazionale?
- Identificare le principali determinanti delle scelte di configurazione
- Configurazione attuale, caratteristiche di impresa, prodotto e settore
- Le principali problematiche legate alla gestione (coordinamento dei flussi di materiali, componenti, servizi, persone) della rete operativa internazionale

#### Relatore

**Prof. Guido Nassimbeni**, *Docente di Economia Aziendale e Strategia Aziendale*