

Il controllo dei costi per migliorare i processi d'impresa

Tempi, costi e qualità. Elementi centrali per un'economia globale e che, come spiega l'ingegner Paolo Aymon «assumono un ruolo essenziale nelle dinamiche competitive». Su questo si focalizza l'analisi dell'ideatore di BlueChange, un grande progetto che unisce alcuni "cavalli di razza" del top management italiano offrendo consulenza direzionale a numerose Pmi. «Sempre di più l'impresa si trova dinanzi l'esigenza di conoscere cosa richiede il mercato e se, la sua organizzazione, è in grado di rispondere». E in questo l'ottimizzazione dei processi decisionali si rivela certamente strategica. «La rapida evoluzione tecnologica, la sempre più breve vita

L'impiego intelligente delle risorse aziendali è la chiave per rispondere alle esigenze del mercato restando competitivi. E, secondo Paolo Aymon, si tratta di un processo che deve partire da una gestione consapevole dei processi e flussi informativi

Carlo Sergi

media del prodotto, la maggior personalizzazione dell'offerta e la minore visibilità accelerano il fabbisogno dell'impresa di trasformare i dati in informazioni, per poter usufruire di strumenti a supporto delle decisioni operative».

Perché sottolineare l'elemento informativo?
«Il rapido evolversi delle procedure di controllo di gestione e la crescente disponibilità di dati di cui oggi ogni azienda può disporre hanno complicato notevolmente l'attività governativa al suo interno. Un modo per misurare l'efficienza della gestione consiste nel determinare i costi corrispondenti all'impiego delle risorse. E con questo non mi riferisco solo a quanto si spende, ma anche a cosa sono serviti i costi sostenuti. Il costo diventa la grandezza monetaria che accomuna tutti i parametri dei processi aziendali».

Come fare per costruire un modello e una pianificazione del costo consapevole ed efficace?

«Il bisogno di costruire questo modello è sempre più avvertito dalle Pmi. Il calcolo dei costi, nelle varie prospettive in cui viene implementato, siano esse legate al controllo di gestione, al supporto delle decisioni o alle politiche di pricing, porta ad analizzare le modalità di impiego di tutte le risorse all'interno dei processi. In parti-



OTTIMIZZARE LE DECISIONI

«Con BlueChange abbiamo ottenuto l'apprezzamento di oltre 50 imprenditori su più di 200 progetti» racconta Paolo Aymon. Molti dei progetti sviluppati per il manifatturiero e per aziende di servizio, soprattutto sulla provincia di Bergamo, hanno riguardato proprio l'analisi dei costi. «Spesso l'approccio è congiunto all'analisi dei processi industriali nonché all'efficienza organizzativa. L'analisi dei costi, la politica dei prezzi, la previsione e la verifica dei ricavi concorrono a identificare gli elementi che determinano e sostengono la crescita dell'impresa - conclude Aymon -. Il nostro obiettivo è l'ottimizzazione dei modelli decisionali e il rappresentare un'occasione di confronto sulle scelte già attuate nel contesto aziendale».

www.bluechange.it - paolo.aymon@bluechange.it

colare è sempre più viva la consapevolezza, da parte delle imprese, che gli interventi di cost control vantano ragioni che vanno oltre l'ovvia necessità contabile. Queste sfociano in una necessità gestionale di tipo sistemico dei costi per un miglior sfruttamento delle risorse liberando le stesse per nuovi investimenti in competitività».

Le nuove peculiarità del mercato come hanno inciso nell'evoluzione di questo aspetto della vita d'impresa?

«Una variabile centrale è rappresentata dall'adattamento dei processi sotto la spinta delle tecnologie, della domanda, del mix di prodotto e delle pressioni competitive del mercato. In questo scenario la contabilità industriale gioca un ruolo fondamentale per l'impresa che vuole avere sotto controllo i suoi flussi per non subire gli eventi. Qualsiasi meccanismo di misurazione dei costi presenta fasi cruciali che si riferiscono soprattutto alla corretta modalità di trattamento di

quelli indiretti e la loro attribuzione. Il principio di "destinazione" del costo, più che la sua natura, guida tutta l'analisi e l'implementazione del modello dei costi di prodotto. Con queste premesse è possibile la creazione di una metodologia atta a governare in modo corretto e semplice le dinamiche dei costi diretti e indiretti».

Tornano in gioco le informazioni.

«Certo, perché diventa importante predisporre modelli e strumenti capaci di supportare l'impresa in queste fasi di analisi. E un flusso informativo preciso, affidabile e tempestivo è il mezzo più efficace per decidere senza incertezza e in tempi rapidi».

La crisi ha reso più consapevoli le imprese su queste dinamiche?

«Sicuramente gli ultimi due anni hanno fatto maturare la consapevolezza nelle aziende. Va detto tuttavia che il controllo prima e la riduzione dei costi poi non vengono percepiti come l'unica soluzione per uscire dalla crisi. Ma spesso è una scelta quasi obbligata anche per quelle imprese che oggi sono meno coinvolte dalla congiuntura sfavorevole. Non vi è dubbio che questo tipo di interventi deve essere commisurato alla complessità della realtà che si sta analizzando».

Il nostro obiettivo è l'ottimizzazione dei modelli decisionali e il rappresentare un'occasione di confronto sulle scelte già attuate nel contesto aziendale

L'ingegner Paolo Aymon, fondatore di BlueChange

