

# Indice

<b>Introduzione</b>	1
<b>1 Rileggere gli acquisti in chiave strategica</b>	3
di <i>Niccolò Cusumano e Manuela Brusoni</i>	
1.1 Introduzione	3
1.2 Gli acquisti come policy	5
1.3 L'evoluzione della funzione acquisti	12
1.4 Quali competenze?	17
1.5 Conclusioni	20
Appendice	20
<b>2 Project management per gli acquisti pubblici</b>	29
di <i>Marco Sampietro</i>	
2.1 Project management e acquisti pubblici: possono andare insieme?	29
2.2 Le competenze di project management per gli acquisti pubblici	31
2.2.1 Visione sistemica	33
2.2.2 Orientamento agli stakeholder	34
2.2.3 Orientamento al lavoro di gruppo	35
2.2.4 Orientamento alla pianificazione	36
2.2.5 Conoscenza dei principali metodi di project management	38
2.3 I principali metodi di lavoro	38
2.3.1 Definizione dell'ambito dell'opera, fornitura o servizio	38

2.3.2	Definizione e scomposizione dell'ambito di progetto	39
2.4	Due ulteriori metodi gestionali	44
2.4.1	Pianificazione temporale	44
2.4.2	Gestione del rischio	47
2.5	Conclusioni	48
	Bibliografia	49
<b>3</b>	<b>Il marketing d'acquisto, una prospettiva comune agli acquisti pubblici e a quelli di aziende private</b>	<b>51</b>
	<i>di Matteo Giuffrida e Giuseppe Stabilini</i>	
3.1	Introduzione	51
3.2	La gestione delle fonti di approvvigionamento e la competitività aziendale	51
3.3	Gli obiettivi dell'attività di acquisto e il processo di acquisto	53
3.4	Il marketing d'acquisto	57
3.4.1	La leva prodotto	58
3.4.2	La leva prezzo	65
3.4.3	La leva comunicazione	66
3.4.4	La leva canali di approvvigionamento	68
3.5	Conclusioni	71
	Bibliografia	72
<b>4</b>	<b>La gestione delle scorte. In equilibrio tra servizio al cliente e contenimento dei costi</b>	<b>73</b>
	<i>di Giuseppe Stabilini</i>	
4.1	Introduzione	73
4.2	La gestione delle scorte: la natura e gli obiettivi	74
4.3	Il controllo delle scorte	76
4.3.1	Indice di rotazione	77
4.3.2	Indice di copertura	77
4.3.3	Indice di stock out	78
4.3.4	Posizioni a lenta movimentazione	78
4.3.5	Matrici ABC incrociate	79
4.4	Le tecniche di gestione a scorta	84
4.4.1	La gestione delle scorte a quantità fisse	85

4.4.2	La gestione delle scorte a intervalli fissi	86
4.5	Le prassi collaborative	86
4.5.1	Set procedurale	88
4.5.2	Vendor Managed Inventory	88
4.5.3	Consignment stock	89
4.5.4	Kan-ban	90
4.6	Conclusioni	91
	Bibliografia	92
<b>5</b>	<b>I principi fondamentali per la scelta della procedura di acquisto e la predisposizione della documentazione di gara e dei contratti pubblici</b>	<b>93</b>
	di <i>Velia M. Leone</i>	
5.1	Introduzione	93
5.2	Soddisfare le esigenze mediante il contratto	98
5.2.1	Importanza della fase preparatoria	98
5.2.2	La domanda pubblica	104
5.2.3	Il contratto: un nuovo modello possibile	106
5.3	La scelta delle procedure	109
5.4	Conclusioni	115
<b>6</b>	<b>La centralizzazione degli acquisti pubblici</b>	<b>117</b>
	di <i>Massimiliano Barba</i>	
6.1	Introduzione	117
6.2	L'istituzionalizzazione della centralizzazione degli acquisti	118
6.2.1	Iter istituzionale e normativo	119
6.3	Soggetti Aggregatori	123
6.4	La centralizzazione come ripensamento della spesa	127
6.5	Un modello di analisi delle scelte di centralizzazione	132
6.6	Conclusioni	137
	Appendice	140
<b>7</b>	<b>Ripensare l'e-procurement nel settore pubblico in ottica "agile" e "lean"</b>	<b>147</b>
	di <i>Francesco Gardenal e Federico De Marco</i>	
7.1	Introduzione	147

7.2	L'innovazione digitale nella PA	147
7.3	Adozione di metodologie Agile per il project management	151
7.3.1	La "filosofia" Agile	154
7.3.2	Agile e-procurement	154
7.4	Impiego del "lean thinking" per razionalizzare i processi	162
7.4.1	La "filosofia" Lean	162
7.4.2	Lean e-procurement	165
7.5	Conclusioni	171
	Bibliografia e sitografia	172
<b>8</b>	<b>I driver dell'e-procurement: esperienze dall'Europa e dall'Italia</b>	<b>177</b>
	di <i>Greta Nasi e Maria Cucciniello</i>	
8.1	Introduzione	177
8.2	E-procurement nel contesto europeo	177
8.3	L'e-procurement in Italia	182
8.4	Lo stato dell'arte	182
8.5	Il caso ARCA Lombardia	182
8.5.1	ARCA SpA ed e-procurement	186
8.6	Fattori determinanti e ostacoli all'adozione dell'e-procurement	192
8.6.1	Fattori provenienti dal contesto esterno	192
8.6.2	Fattori provenienti dal contesto interno	194
8.7	Fattori determinati la diffusione dell'e-procurement	196
8.8	Conclusioni	196
<b>9</b>	<b>Il partenariato pubblico privato come modello integrato-lifecycle per l'acquisto di servizi complessi</b>	<b>199</b>
	di <i>Veronica Vecchi</i>	
9.1	Introduzione	199
9.2	I contratti di PPP: caratteristiche essenziali	200
9.3	Il PPP per la gestione dei servizi	206
9.4	Il trasferimento dei rischi	208
9.4.1	Il rischio operativo	209

9.5	Il meccanismo di pagamento	212
9.6	Le valutazioni economico-finanziarie	213
9.6.1	Il concetto di equilibrio economico e finanziario	218
9.6.2	Value for money	219
9.7.	Conclusioni	221
<b>Gli Autori</b>		223