



a cura della Redazione

Lean Accounting, metti le ali alla contabilità tradizionale

Mercati & Mercanti

Il pensiero snello contagia tutta l'organizzazione e tocca anche la contabilità tradizionale sui principi del Lean Accounting. Si è dibattuto del tema nel corso di un evento, organizzato da Formula, che si è svolto lo scorso 9 maggio a Milano. L'appuntamento milanese si inserisce in una roadmap disegnata dall'azienda che ha visto toccare anche le città di Reggio Emilia e Padova.

Protagonisti di questo appuntamento gli addetti ai lavori di area Amministrazione Finanza e Controllo di organizzazioni medio-grandi.



Roberto Battaglioli
Direttore vendite
Gruppo Formula

Spiegare cosa è il Lean Accounting significa introdurre una metodologia certificata basata sul principio di eliminazione degli sprechi che ha l'obiettivo di salvaguardare le politi-

che finanziarie di un'impresa. Niente più sprechi di tempo: un principio basato sul buon senso; un paradigma che non vale solo per la 'produzione' ma per tutte le attività che compongono i processi, anche i più immateriali, come quelli contabili. I sistemi tradizionali di contabilità direzionale, basati sulla logica del costo standard di prodotto, hanno dei limiti: sono molto complessi da gestire; può essere difficoltoso misurare i reali benefici di una trasformazione snella, e fanno ampio ricorso alle cosiddette 'varianze', che risultano favorevoli in presenza di comportamenti anti-lean. Il Lean Accounting costituisce un sistema nuovo di contabilità direzionale che persegue gli obiettivi di semplicità, valore delle informazioni (invece che quantità) e disponibilità delle informazioni in ogni momento (oltrepassando il classico concetto di 'fine mese').

Intercettare i Value Stream

Secondo la filosofia 'snella' fondamentale è creare flussi di valore nei processi aziendali con il fine di ottenere un sistema coerente e continuo. Il 'Value Stream' è così definito come metodologia in grado di migliorare i flussi di valore attraverso la 'pacchettizzazione' di ogni attività.

La domanda di partenza che ci si dovrebbe porre nasce da un presupposto più che ragionevole: qual è il reale valore per il quale il cliente è disposto a pagare?

Tema questo al centro della tavola rotonda condotta da Lucia Mornese, Communications manager di Formula, a cui hanno preso parte Andrea Pasotti dell'Università di Brescia, Michele Bonfiglioli, CEO della Bonfiglioli Consulting ed Enea Borgioli di Formula. Con loro si è cercato di delineare i principi del Lean Accounting

e le modalità di implementazione di questa metodologia nell'area amministrativa, riferendosi al calcolo delle performance aziendali, alla riduzione degli sprechi, all'esigenza di 'liberare capacità'.

Gruppo Formula in cifre

2: linee di offerta. Gestionale aziendale (ERP, Enterprise Resource Planning) e finance
10: business partner
28: milioni di Euro di fatturato
41: anni di esperienza
265: dipendenti
1000: clienti

Informazioni univoche e tempestive: il Box Score

Durante la tavola rotonda sono stati proposti i tratti fondamentali della metodologia Lean rispetto ai modelli tradizionali di contabilità, andando a indagare novità e cambiamenti, soprattutto relativi ai concetti di Value Stream e di Box Score, che semplifica gli indicatori della reportistica (KPI) in un linguaggio diretto, sintetico, più vicino alla realtà del day-by-day e comprensibile da tutte le funzioni aziendali e non solo dagli addetti ai lavori.

Sono state oltre 250 le adesioni registrate al ciclo di eventi 2013 sul tema Lean Accounting, organizzato da Formula con il patrocinio di ANDAF, la partecipazione di CSMT, Centro Servizi Multisetoriale e Tecnologico e SCSM, centro di ricerca in Supply Chain e Service Management di Brescia, Università di Modena e Reggio Emilia, Bonfiglioli Consulting, Gianesin Canepari & Partners.

www.formula.it