

Memori del passato

Agiamo nel presente

Progettando il futuro

Sommario generale

Ricerche, redazione ed elaborazione testi a cura di

Michele Anzivino

Pubblicazioni "storiche" di riferimento

"ADACI 1968-1998"
di Giuliano Marcenaro

"ADACI 1968-2008"
di Giuliano Marcenaro
e Michele Anzivino

Contributi redazionali "storici"

Indicati separatamente nei sommari precedenti ciascuna Parte

Fotografie e documentazione

Archivio storico ADACI

Le Riviste:

- *Approvvigionamenti*
- *Il Compratore industriale*
- *Il Compratore*
- *Comprare Oggi*
- *Espansione*
- *L'Ufficio Acquisti*
- *Approvvigionare*

Progetto grafico

Michele Anzivino

Editore

ADACI – Via Imperia 2 – 20142 Milano

Finito di stampare nel mese di giugno 2019

Morlacchi Editore
piazza Morlacchi 7/9 - 06123 Perugia

III Costruttori di Valore

IV Introduzione

1 Parte I

Valori ed intenti condivisi

29 Parte II

Al servizio delle Imprese

61 Parte III

Management e professionalità

97 Parte IV

Sul fronte del cambiamento

153 Parte V

Professionisti qualificati

262 Uno sguardo al futuro

263 Appendice: Albo Associativo

Costruttori di Valore

«Cerca di diventare non un uomo di successo, ma piuttosto un uomo di valore».

Nel ripercorrere la storia cinquantennale dell'ADACI, per trarne una cronaca dei suoi tratti più significativi, ho potuto constatare che, di fatto, è a questa nobile esortazione di Albert Einstein che si sono ispirati i migliori protagonisti delle vicende associative.

Essere di valore, rivelando doti personali (qualità morali, intellettuali e professionali) che rendono degni di apprezzamento e di stima.

Comportarsi con valore, dimostrando in ogni situazione coraggio e tenacia, entusiasmo e perseveranza, intelligenza e comprensione.

Condividere valori, coltivando e rafforzando il senso di appartenenza ad una comunità, condividendo ed orientando visioni comuni, favorendo lo scambio di conoscenze, idee, interessi e passioni.

Generare valore, agendo in modo proattivo e propositivo, trasmettendo conoscenze e formando competenze, progettando e realizzando idonei percorsi professionali, innovando e creando utilità e benefici nelle proprie attività.

Doti personali, modo di agire, forza di coesione, processo creativo: la parola *valore* racchiude un patrimonio di significati e rinvia all'idea di dare un peso, stimare, avere in considerazione.

Ed è a questa sua molteplicità, coniugata sempre nell'ambito dell'eccellenza, che fa riferimento il titolo dato a questa cronaca associativa, «*Costruttori di valore*», ricordando i suoi protagonisti come *persone di valore che hanno generato azioni e risultati di valore*.

Il concetto di valore, in tutte le sue modalità espressive, è in effetti la misura ed il fondamento della *vitalità* e della *continuità* delle finalità e degli obiettivi dell'ADACI, il motore che ha alimentato la costruzione ed il mantenimento di una forte identità associativa, che trova nei fatti e nella memoria dei suoi artefici l'energia per la sua esistenza e per affrontare ogni cambiamento.

Un'associazione, per essere fondata e perché possa durare nel tempo, deve ricevere una forza costante da una visione condivisa, che la carichi di entusiasmo e la renda coinvolgente, conferendo *valore* alle sue azioni.

Oggi, volgendo lo sguardo al percorso cinquantennale dell'ADACI possiamo cogliere, scorrendolo anche solo come il sommario di un'opera, la qualità e l'intensità della visione e del lavoro svolto dai nostri predecessori. Le loro radici le ritroviamo ancora oggi in ogni manifestazione e progettualità, che spesso ci appare innovativa più per le tecnologie moderne disponibili che non per le idee di base che le animano e guidano.

Quindi, possiamo ben dire anche noi, con Newton, che «*se vediamo più lontano è perché siamo saliti sulle spalle di giganti*».

Accanto a questa nobile accezione di *valore* come *virtù*, ce n'è un'altra, più comune e prosaica, ma non meno importante nella vita quotidiana: è il *valore* inteso come prezzo o costo di un bene, come suo equivalente in denaro, come ciò che ha un'utilità e può essere oggetto di negoziazione e di compravendita.

È il concetto di *valore economico*, largamente trattato dall'economia e dalla finanza, che governa il mondo dei mercati e del lavoro, i bilanci delle nazioni e delle imprese, così come di ogni singola persona. Un tipo di *valore* che talora sembra essere agli antipodi rispetto ai significati virtuosi della stessa parola, quando si appiattisce sulla semplice nozione di denaro (o scende nei bassifondi in cui vige il motto «*si tratta solo di affari*»).

Ed è proprio con questo concetto di *valore economico* che hanno a che fare ogni giorno i professionisti della nostra Associazione, impegnati a reperire e trattare sui mercati beni e servizi per alimentare una catena di trasformazione che ha lo scopo di *produrre nuovo valore*: certamente per la propria azienda, ma anche per il mercato dei clienti e – seppure in modo indiretto – per l'intero corpo sociale.

Per questa via, rientrano nel *valore economico* sia il concetto di soddisfacimento di un bisogno che quello di utilità sociale, ampliandone la dimensione fino ad accogliere nella sua nozione la virtuosità sociale dell'intero processo di produzione e scambio (pensiamo, ad esempio, ai problemi connessi alla sostenibilità ambientale ed alla responsabilità sociale, alla rivoluzione tecnologica ed al lavoro, alle delocalizzazioni e alla cura del territorio, ecc.).

Il Codice Etico dei professionisti rappresentati dall'ADACI, che vogliono essere *generatori di valore*, assume in tale contesto una rilevanza fondamentale, poiché li rende consapevoli attori di un'impresa che è parte di un disegno sociale comune più vasto (come ci ricorda l'apologo di Peter Schultz, riportato a fondo pagina).

«*Costruttori di valore*» non è, perciò, solo un titolo per la storia dei protagonisti dei primi cinquant'anni dell'ADACI, ma anche e soprattutto l'obiettivo da essi perseguito e asintoticamente da riguardare sempre, valido per tutti i professionisti che vogliono essere veramente Soci dell'ADACI, oggi e in futuro.

Michele Anzivino

Senso di appartenenza

Tre persone erano al lavoro in una cava. Avevano il medesimo compito, ma quando fu loro chiesto quale fosse il loro lavoro, le risposte furono diverse:

«*Spacco pietre*» rispose il primo.

«*Mi guadagno da vivere*» rispose il secondo.

«*Partecipo alla costruzione di una cattedrale*» disse il terzo.

Peter Schultz

ADACI compie 50 anni e chi come me ha vissuto buona parte della sua storia è portato a fare un excursus del cammino percorso e a chiedersi se quanto fatto in tutti questi anni sia stato in linea con gli obiettivi e le aspettative di chi l'ha fondata.

Nel '68 non c'erano né internet, né i social media, né i service provider. L'automobile era un lusso per pochi e incontrare colleghi per scambi di vedute non era facile. Eppure, il piacere di stare assieme e di condividere momenti associativi era molto sentito e non era meno importante degli incontri per condividere scambi informativi su temi di lavoro.

L'economia italiana era in pieno sviluppo e il mestiere del buyer non aveva le connotazioni professionali che oggi lo caratterizzano. Era considerato per lo più un servizio alla produzione e consisteva sostanzialmente nel procurare i materiali necessari nei tempi richiesti. Il mercato interno era difeso con barriere doganali dalla concorrenza internazionale e la competizione interna era piuttosto limitata. Ciò che contava era produrre e assicurare la dovuta alimentazione delle linee di montaggio. I saving, intesi come obiettivo strutturato e formale, non esistevano, come non esistevano gli obiettivi di miglioramento continuo.

La vita del compratore era forse molto più semplice, ma anche meno formata e riconosciuta.

In questo contesto sono nate le prime associazioni, ADAI (Associazione degli Approvvigionatori Italiani) e AIC (Associazione Italiana Compratori), confluite cinque anni più tardi in ADACI, l'Associazione degli Approvvigionatori e Compratori Italiani.

Il loro primo obiettivo è stato quello di supportare il compratore nell'esecuzione del proprio lavoro e di promuovere iniziative idonee alla formazione, allo sviluppo ed al riconoscimento della sua *professione*. Nel '68 non c'erano consulenti di procurement e solo le grandi imprese, pur non disponendo in genere di linee guida e procedure scritte, gestivano gli acquisti in modo strutturato e sistematico.

In questo clima, i fondatori delle associazioni degli approvvigionatori e dei compratori, hanno operato una vera e propria *rivoluzione*, rivelando giorno dopo giorno la qualità e l'intensità dell'apporto della loro professione alla generazione del valore dell'impresa. Affermando, nel contempo, quei principi deontologici fondamentali di guida delle azioni professionali, affinché tale valore non venga sprecato o distorto.

Sono nate allora tutte le principali attività, che sono ancora oggi l'asse portante dell'Associazione:

- La scuola di formazione, sia a livello propedeutico che di perfezionamento, e le collaborazioni con enti ed università per stabilire le basi professionali.
- Le relazioni con le altre analoghe associazioni internazionali e con quelle nazionali interfunzionali.
- Gli incontri, le indagini e lo scambio di informazioni con la comunità di colleghi e il mondo delle imprese.

Da allora molto è stato fatto, con tenacia e continuità, superando anche momenti difficili, sempre rinnovando metodologie e strumenti operativi, in relazione al progredire dei mutamenti e delle trasformazioni economiche e tecnologiche, che hanno cambiato la società e il nostro modo di vivere. La professionalità, la rilevanza del ruolo ed il valore aggiunto che il buyer apporta all'impresa oggi sono riconosciuti in tutto il mondo globalizzato. E, in Italia, questo è avvenuto anche grazie all'ADACI.

Ne sono testimonianza le ampie partecipazioni agli eventi nazionali e territoriali dell'Associazione, le collaborazioni formative con le Università italiane di ogni regione (oggi ormai tutte impegnate a trattare nei loro insegnamenti le nostre discipline), i rapporti d'interscambio con le associazioni industriali locali, anche per promuovere l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

Qui ne cito solo l'avvenimento più recente: l'incontro tra mondo accademico e manageriale, denominato *Magister*, che l'ADACI ha organizzato a Roma il 9 Novembre 2018. Un brainstorming aperto e costruttivo, tra manager di alto profilo e docenti universitari, ha evidenziato uno spirito collaborativo e sinergico, stimolante e foriero di nuovi traguardi. L'opportunità di una forte integrazione tra modelli accademici e pragmatismo operativo è emersa in modo chiaro e sembra costituire un binomio imprescindibile per il prossimo futuro. La presentazione dei vari 'paper' da parte degli accademici e la loro analisi congiunta con i manager presenti, ha evidenziato un livello di professionalità che non ha nulla da invidiare a quella che si può rilevare negli analoghi summit internazionali.

Posso, perciò dire con ragione che ADACI è oggi:

- un network di compratori, category manager, supply chain manager, accademici ed esperti di settore che analizzano e si scambiano informazioni su processi, materiali, prezzi, trend e mercati dell'offerta;
- un laboratorio in cui si confrontano e sperimentano best practice e nuovi modelli di business;
- una learning community, trasversale ad ogni settore economico ed educativo, che analizza e diffonde modelli di creazione del valore e best practices;
- un'associazione autorizzata a definire percorsi formativi ed a rilasciare qualifiche differenziate in relazione ai diversi livelli di professionalità richiesti dal mercato.

ADACI ha quindi sostanzialmente mantenuto fede agli obiettivi dei suoi fondatori e, tenuto conto delle innumerevoli attività in cui è impegnata e del network nazionale e internazionale in cui opera, è ragionevole pensare ad una sua continua crescita per gli anni a venire.

Giovanni Atti
Past President ADACI



Parte I

VALORI ED INTENTI CONDIVISI

1968 ÷ 1978

Sommario

Ricerche, redazione ed elaborazione testi a cura di

Michele Anzivino

Pubblicazioni "storiche" di riferimento

"ADACI 1968-1998"
di Giuliano Marcenaro

"ADACI 1968-2008"
di Giuliano Marcenaro
e Michele Anzivino

Contributi redazionali "storici"

Giuseppe Anderlini

Nello Baracchino

Giorgio Gallo

Dionisio Giuliani

Ferruccio Lucchetti

Fotografie e documentazione

Archivio storico ADACI

Le Riviste:

- *Il Compratore industriale*
- *Il Compratore*

Progetto grafico

Michele Anzivino

Editore

ADACI – Via Imperia 2 - 20142 Milano

Stampa

Morlacchi Editore

piazza Morlacchi 7/9 - 06123 Perugia

PARTE I – VALORI ED INTENTI CONDIVISI

- 3 In cammino dal Sessantotto
- 4 Correva l'anno...
- 5 Riviste e Associazioni: un fertile connubio culturale
- 6 1968÷1973: ADAI
- 8 1968÷1973: AIC
- 10 Convergenza
- 11 1973: nascita di ADACI
- 14 1968÷1973 - Cronologia associativa
- 16 1974÷1978: ADACI cresce
- 20 1977: il Congresso mondiale di Venezia
- 22 1974÷1978 - Cronologia associativa
- 24 La rivista Approvvigionamenti - maggio 1968
- 28 1969÷1978: i Corsi presso l'Università di Perugia



In cammino dal Sessantotto

Le Associazioni di categoria sono, innanzitutto, costruzioni mentali, modelli di relazioni e di condivisione organizzata di valori e di risorse, volute da persone consapevoli di esercitare, con funzioni responsabili e ruoli specifici, un insieme organico ed autonomo di attività professionali, e costituiti allo scopo di promuoverne con azioni comuni lo sviluppo ed il giusto riconoscimento nell'ambito della società in cui operano.

Lo spazio associativo è, per definizione, democratico: l'organizzazione nasce da una scelta di partecipazione libera e proattiva; coloro che aderiscono sono gli stessi che propongono ed agiscono, il servizio fornito ai soci è dato dai soci stessi. Così nascono e si confrontano le idee, si predispongono studi e corsi di formazione, si organizzano incontri e manifestazioni, si stabiliscono relazioni ed alleanze, si promuovono mezzi e scambi informativi, si fanno progetti comuni per il futuro.

Si avvia un vero e proprio "movimento", grazie alla forte carica emotiva dei suoi fondatori, che trova la sua migliore espressione in un aforisma frequentemente citato nel mondo associativo:

"Se tu hai una mela, e io ho una mela, e ce le scambiamo, allora tu ed io abbiamo sempre una mela ciascuno. Ma se tu hai un'idea, ed io ho un'idea, e ce le scambiamo, allora abbiamo entrambi due idee."
(George Bernard Shaw)

Se queste sono le basi di un'associazione, la sua vitalità non può non durare nel tempo. Se, poi, come suggeriscono recenti ricerche psicologiche, "senza memoria del passato non è possibile immaginare il futuro", celebrare periodicamente gli anniversari associativi, rinnovandone il ricordo e ripercorrendone la storia, fornisce il materiale necessario per continuare a fare progetti futuri ed a trasmettere alle nuove generazioni lo stesso slancio vitale delle origini.

Così è nata ADACI e così si è mantenuta vitale, grazie alle idee e all'operosità dei propri associati, conservando e rafforzando nel tempo la propria identità ed i valori professionali, pur rinnovandosi costantemente nelle forme e nelle modalità di azione per aderire agli straordinari cambiamenti avvenuti nel mondo negli ultimi cinquant'anni.

ADACI, infatti, affonda le sue radici nell'humus fecondo degli anni sessanta del XX secolo, attraversati in tutto il mondo da grandi movimenti di contestazione e di rinnovamento sociale, culminati nelle manifestazioni del Sessantotto. Ed è proprio nel clima di «*effervescenza collettiva*» del Sessantotto, vero e proprio spartiacque della storia del novecento, che prendono forma le due associazioni, ADAI e AIC, poi confluite in ADACI.

I nostri "padri fondatori" non sono, però, giovani contestatori, ma manager esperti e già affermati in ruoli di ampia responsabilità in aziende importanti e ben strutturate, consapevoli della necessità (fondamentale per competere sul mercato internazionale) di rendere forte, autonoma e visibile la funzione degli approvvigionamenti nel cui ambito operano. Infatti, tale funzione ancora non dispone in Italia di validi e riconosciuti percorsi formativi professionali ed è troppo spesso concepita e svolta come propaggine ancillare di altre più affermate funzioni aziendali. Inoltre, sempre più spesso, partecipando a corsi ed a convegni all'estero, essi devono constatare che i loro colleghi stranieri sono già riuniti in associazioni nazionali e che, anche grazie ad esse, la funzione è già considerata una componente essenziale e paritetica del board strategico dell'impresa.

Entrambe le associazioni trovano il loro punto focale in due riviste (*Approvvigionamenti* per ADAI e *Il Compratore Industriale* per AIC), i cui editori/direttori ne sono appassionati promotori. ADAI, più attenta allo sviluppo di alti e riconosciuti profili professionali, coltiva robusti legami con le analoghe associazioni europee, con il mondo industriale ed accademico. AIC, più volta all'efficienza operativa, promuove incontri ed iniziative fondate sullo scambio di conoscenze ed esperienze e punta su una formazione di base. Due approcci complementari, che certamente ne facilitano l'integrazione.

La storia della nascita e della maturazione di queste associazioni è stata già raccolta dalla viva voce dei loro "padri sognatori" e raccontata da Giuliano Marcenaro¹ nelle due monografie prodotte a celebrazione del trentesimo e del quarantesimo anniversario di ADACI. Si tratta di una "storia vivente", narrata dagli stessi protagonisti, che hanno non solo visto con i loro occhi, ma contribuito allo svolgersi degli eventi, con varia intensità e misura.

Nel 50° anniversario, ne riproponiamo il racconto, ampliandone maggiormente la cronaca e prolungandola alle vicende degli ultimi 10 anni, nonché ai progetti ed alla visione che l'Associazione immagina oggi per il suo futuro.

¹ Giuliano Marcenaro è stato Presidente Onorario di ADACI dal 2013 al 2018. Iscritto in AIC nel 1969, ha vissuto con pienezza e continuità tutta la storia associativa, al cui sviluppo ha contribuito impegnandosi con ogni tipo di attività - formative (docente a corsi e seminari), informative (editorialista e redattore delle riviste nazionali), promozionali (curatore di indagini di mercato, relatore ed organizzatore di eventi) - e ricoprendo ogni tipo di ruoli e cariche sociali, nazionali e di Sezione; sempre con passione e spirito di servizio.

Già agli albori degli anni '60 sempre più accentuati si avvertono in Italia gli effetti di nuovi orientamenti del mercato. Si evidenziano, infatti, nuove capacità di consumare, attraverso una più attenta scelta di beni che meglio soddisfino la crescente gamma dei bisogni. L'attenzione del consumatore si sposta, sotto la spinta di un più diffuso benessere e di un marketing nascente, da una visione semplicemente utilitaria del prodotto verso altri suoi contenuti: estetica, affidabilità, prezzo, "personalizzazione". Si adeguano, quindi, le capacità di produrre e - anche per effetto di una concorrenza ulteriormente acuitasi con la crisi economica del biennio 1965-1966 - l'enfasi sulla quantità via via si attenua per trasferirsi sulla qualità, sui costi, sulla razionalizzazione e sullo snellimento delle attività legate alla fabbricazione dei beni. Finisce l'era "della produzione" e si afferma quella "delle vendite".

L'attenzione ai costi, innanzi tutto, ed alla razionalizzazione delle attività innesca, inoltre, quel processo di terziarizzazione di fasi produttive e di servizi che si espanderà vertiginosamente nei decenni successivi.

È un'evoluzione che conferisce risalto al ruolo degli Approvvigionamenti, chiamandoli non più soltanto a garantire quantitativamente la regolarità del flusso dei rifornimenti ai reparti produttivi, ma gradualmente coinvolgendoli nel contenimento dei costi, inserendoli con crescente responsabilità nelle fasi critiche del processo di rifornimento e chiedendo loro un sempre più consapevole impegno nella gestione delle risorse esterne.

Coloro che operano negli Approvvigionamenti avvertono, pertanto, il bisogno di un costante accrescimento professionale, la necessità di affinare tecniche e strumenti operativi e gestionali, l'importanza di allargare il campo delle conoscenze attraverso lo scambio di esperienze e di informazioni con chi opera in altre imprese nella stessa Funzione. Stimoli che spingono ad allacciare, e ad intensificare progressivamente, rapporti tra colleghi, gettando il seme che, verso la fine del decennio, farà sorgere quasi contemporaneamente tre associazioni professionali di Approvvigionatori.

Queste associazioni non nascono improvvisamente, ma sono l'effetto della maturazione dei tempi, il coronamento di ripetuti e laboriosi contatti tra uomini degli Approvvigionamenti che fortemente vogliono raggrupparsi in associazione, il frutto dell'osservazione di quanto avviene in altri Paesi, il compimento di precedenti tentativi.

Al 1963 risale la prima "idea" di cui troviamo testimonianza. In quell'anno, infatti, Ferruccio Lucchetti - anche grazie alle sollecitazioni del professor Philippe Colaneri, direttore dell'ESAp (École Supérieure des Approvisionnement) di Parigi, docente in un corso frequentato dallo stesso Lucchetti - "pensa" a come riunire "tutti quelli che si occupano di approvvigionamenti in azienda". La buona sorte inizialmente lo aiuta, perché alcuni mesi dopo prende contatto con l'editore della rivista *L'Ufficio Acquisti*, al quale propone di fondare un'associazione di Approvvigionatori. L'editore mostra subito interesse e, ai primi incontri tra pochi colleghi, segue una riunione al Teatro della Triennale di Milano, cui partecipa un centinaio di Approvvigionatori. Nasce così **AIAP** (Associazione Italiana degli Approvvigionatori), il 12 marzo 1965. Questa Associazione ha però vita breve, principalmente perché l'impressione che il suo statuto abbia una marcata impronta sindacale allontana molti colleghi, soprattutto quelli appartenenti a grandi aziende. O, forse, perché i tempi non sono ancora completamente maturi.

**Costituita
a Milano
l'associazione
approvvigionatori**

Si è costituita a Milano, con sede in via Andrea Doria n. 10, l'Associazione italiana approvvigionatori (AIAP), cioè dei capi-ufficio approvvigionamenti e acquisti delle aziende industriali.

La nuova associazione, che deriva la sua importanza dal rilievo che, nel contenimento dei costi di produzione, ha, in qualsiasi azienda, il settore acquisti, ha aderito alla Federazione internazionale degli organismi analoghi, con sede a Londra.

Corriere d'informazione - 13 marzo 1965

Riviste e Associazioni: un fertile connubio culturale

Ma l'idea di costituire un'Associazione di Approvvigionatori ha ormai fatto presa su uomini tenaci e decisi a "non mollare": è soltanto questione di tempo.

E quando **Approvvigionamenti**, la rivista fondata nel 1966 da **Dionisio Giuliani**, giunge sulla scrivania di Lucchetti, le braci che sopiscono sotto la cenere diventano fiammelle, e poi fiamme che non si estingueranno più. Di queste fiammelle lasciamo ci parlino alcuni di coloro che hanno saputo tenerle accese, costantemente ravvivandole con il loro entusiasmo e con la loro fiducia: Nello Baracchino, Dionisio Giuliani e Ferruccio Lucchetti.



Approvvigionamenti riferisce del Convegno della Federazione Europea tenutosi a Zurigo nel maggio 1968, e riporta lo stupore, espresso dal Segretario della Federazione Peter Emery ai pochissimi italiani presenti, per la mancanza in Italia – uno dei primi dieci Paesi industrializzati del Mondo – di un'associazione di Approvvigionatori: «*Mi auguro – aggiunge Emery, tra l'ironico e la sfida, guardando verso il tavolo con la bandierina tricolore – che lo sparuto gruppo italiano sia l'avanguardia di una futura grande associazione di Compratori*». Chi sono, e come mai sono presenti, questi pochissimi italiani?

Giuliani, invitato come editore della rivista Approvvigionamenti; Anderlini, di propria iniziativa in quanto socio della Sezione di Lione della CDAF (l'associazione degli Approvvigionatori francesi) e perché "già avverte che lo spessore della professione di Compratore è tutto da scoprire"; Baracchino e Maccaferri, inviati al Convegno da Italsider, la loro azienda di appartenenza.

Giuliani promette ai colleghi europei che entro sei mesi anche l'Italia avrà la sua Associazione e, insieme agli altri tre, s'impegna a realizzarla.

«*Quattro – commenta Baracchino – hanno fatto un giuramento. Sembrava d'essere a Pontida!*».

Attraverso la rivista, Giuliani lancia la sfida ai lettori mettendo a disposizione la sua lunga esperienza associativa. Il "colpo di fulmine" è immediato: si fanno frenetici i contatti tra Approvvigionatori di alcune aziende del Centro-Nord, si organizzano i primi incontri, si abbozza uno statuto, si propongono programmi, si traccia il profilo di un'ossatura associativa, tutto con l'attenta ed esperta regia di Giuliani. Ore e ore di amichevoli discussioni ... e dopo pochi mesi nasce l'Associazione degli Approvvigionatori Italiani **ADAI!**

Diverse le circostanze, ma simili gli impulsi, la volontà di riuscire, l'impegno e la fiducia di uno sparuto gruppo che in breve s'infoltisce, sono le radici di **AIC**.

L'occasione propizia, colta senza esitazione, si presenta ad Agostino Sangiovanni quando riceve nell'aprile 1968 il primo numero della rivista **Il Compratore Industriale**, edita da Editoriale A-Z dei fratelli Almo e Carlo Zuliani, i quali già stanno pensando ad una associazione di Compratori.

Carlo Zuliani, Direttore responsabile, scriveva:

"la rivista ha lo scopo di offrire l'opportunità di un'adeguata informazione tecnica ed economica, e rendere possibile scambi di esperienze professionali, utili alla miglior efficienza operativa della categoria.

Oltre a tali compiti "Il Compratore Industriale" tende a promuovere e sviluppare ogni azione utile per l'istituzione ed il riconoscimento ufficiale della tipica personalità del Direttore dell'Ufficio Acquisti."



La proposta di Sangiovanni, quindi, trova il terreno più fertile e subito si avviano i contatti con altri Compratori.

La rivista è il veicolo più efficace per divulgare l'idea e le prime adesioni cominciano a fioccare: Taurian, Bertamini, Duchini, Gandini, Borghi, Picheo, Citterico, Calabi, Bonicelli, ...

Anche in via Kolbe, sede di A-Z, riunioni, discussioni, progetti.

E AIC prende vita nel gergere di pochi mesi.

Così l'origine di **ADAI** e **AIC**, i due rami sorgentizi di **ADACI**: da qui l'inizio di una storia di persone che nell'Associazione hanno trovato e trovano occasione di arricchimento professionale, la gioia di collaborare alla costruzione ed alla crescita di ciò in cui hanno creduto e credono, l'amicizia e, sovente, la mano tesa di altri sodali.