



CAMPARI IN CIFRE (dati riferiti all'esercizio 2007)

Presenza: 11 stabilimenti e una rete di filiali distribuite in molti paesi del mondo

Dipendenti: oltre 2000

EBITDA: € 220,1 milioni

Fatturato: € 957,5 milioni

Utile netto: € 125,2 milioni

Il Gruppo Campari, con la collaborazione di BGP Management Consulting, si è posto l'obiettivo di adottare un nuovo e più efficiente sistema di pianificazione per la definizione del Modello di Budget di Gruppo e ha trovato adeguata risposta alle sue esigenze nell'implementazione della soluzione SEM-BPS di SAP.

PROFILO

Il Gruppo Campari è una delle Aziende più importanti nel settore del beverage a livello mondiale. Fondato nel 1860 con la nascita del suo flagship brand (il celebre aperitivo Campari), il Gruppo ha costantemente incrementato le sue dimensioni attraverso numerose acquisizioni, che lo hanno portato a vantare oggi un portafoglio ricco e articolato di oltre 40 marchi, suddiviso in tre aree: spirit (Campari, SKYY Vodka e Cynar) e marchi leader in mercati locali tra cui Aperol, Cabo Wabo, CampariSoda, GlenGrant, Ouzo 12, Zedda Piras, X-Rated e i brasiliani Dreher), wine (Cinzano, noto a livello internazionale), Liebfraumilch, Mondoro, Riccadonna, Sella & Mosca e Teruzzi & Puthod) e soft drink (Crodino e Lemonsoda).

Il Gruppo è oggi presente in 190 Paesi, con leadership nei mercati italiano e brasiliano e posizioni di primo piano negli USA, in Germania e in Svizzera. Ha una rete distributiva propria in Argentina, Austria, Belgio, Brasile, Cina, Germania, Italia, Messico, Stati Uniti e Svizzera, joint-venture distributive in Olanda e India e si affida a terzi in oltre 180 altri mercati.

La focalizzazione su brand building, crescita organica e una serie di acquisizioni strategiche supportate da una solida posizione finanziaria gli ha permesso di aumentare in maniera costante il proprio fatturato negli anni.

case history

PROGETTO Modello di Budget di Gruppo

Il progetto nasce dalla volontà della Corporate di ottenere una visione consolidata del dato di pianificazione, in grado di tener conto delle varie componenti del Gruppo e di rielaborare un'elevata quantità di informazioni in una serie di chiusure annuali.

La complessità che caratterizza il Gruppo Campari (considerata la sua espansione cronologica, avvenuta soprattutto attraverso una serie di acquisizioni strategiche) è, infatti, dovuta al grande numero di aziende distribuite nei cinque continenti e dotate di un complesso portafoglio di prodotti.

Negli ultimi anni quindi andava sempre più delineandosi la necessità di adottare un nuovo sistema informativo di pianificazione, più efficiente e sicuro rispetto a quello precedentemente adottato, e che fosse in grado di gestire la complessità del Gruppo.

A tale richiesta il team di BGP Management Consulting è riuscito a fornire un'adeguata soluzione. Il progetto ha avuto inizio a fine del 2006, con una procedura di analisi dei processi di pianificazione, che per Campari si possono declinare in Pianificazione Strategica (con orizzonte temporale medio lungo), Budgeting, Forecasting, Actual Brand Profitability.

Nel 2007 è stato quindi realizzato il sistema a supporto di questi processi, tramite l'implementazione della soluzione SEM-BPS.

Nel corso dell'anno successivo i modelli sono stati poi ulteriormente sviluppati, approfonditi, dotati di maggior dettaglio ed integrati con le piattaforme informative già esistenti presso il Gruppo.



case history

PERCHE' CAMPARI SCEGLIE BGP

Il Gruppo Campari ha deciso di affidarsi alle competenze di BGP Management Consulting al fine di implementare un nuovo sistema per la definizione del modello di Budget di Gruppo.

La scelta è ricaduta su BGP Management Consulting principalmente per la specifica esperienza maturata nel corso di anni di consulenza e per le correlate conoscenze specialistiche di cui oggi dispone nell'implementazione dei moduli SAP.

SOLUZIONI IMPLEMENTATE (SEM BPS)

Nello specifico, il sistema realizzato dal team di BGP Management Consulting a supporto dei processi di pianificazione ha trovato tecnologicamente la sua risposta nella componente BPS (Business Planning Simulation) della soluzione SEM (Strategic Enterprise Management) di SAP.

L'intervento si è articolato prima in una fase di analisi dei processi di pianificazione, iniziata verso la fine del 2006. Il rilascio effettivo è avvenuto a giugno del 2007, mentre l'anno successivo è stato dedicato alla rivisitazione dei modelli implementati e all'integrazione con i sistemi informativi preesistenti presso il Gruppo.

BENEFIT

L'introduzione del modulo SEM-BPS di SAP ha costituito una rivoluzione positiva nella definizione del sistema di pianificazione per il Gruppo Campari.

A conclusione del progetto, il Gruppo ha potuto beneficiare di importanti miglioramenti: la nuova implementazione ha permesso infatti una più sicura ed efficiente rielaborazione delle informazioni, incrementando il grado di automazione rispetto ai sistemi informativi precedentemente adottati.

I risultati più evidenti sono consistiti in una riduzione drastica dei tempi di Budgeting, della Relazione del Piano Strategico, di Actual Brand Profitability e di Forecasting.



BGP MANAGEMENT CONSULTING SPA

Milano - Via F. Cavallotti, 15 - 20122 Milano - Italia

Roma - C.so D'Italia, 92 - 00198 Roma - Italia

Mestre - Via Zandonai, 6 - 30174 Mestre-Terraglio (VE) - Italia

Tel. +39 02 45475350 - Fax +39 02 45475349 • E-mail: info@bgp.it - Web: www.bgp.it

