



FRANCE

Cadbury France
Paris, France
www.cadburyfrance.com

Secteurs

Agroalimentaire

Chiffre d'affaires annuel:

633 Millions €

Effectifs :

1300

Produits & Services**Oracle:**

Hyperion Essbase

Partenaire Oracle:

Business & Decision
www.businessdecision.fr

“Le suivi des promotions réclame une analyse très fine de nombreux paramètres et la maîtrise des coûts de différents éléments constitutifs d’un lot. Sans le niveau de granularité offert par Hyperion Essbase nous ne pourrions analyser précisément la rentabilité de ces activités.” – André Guthleben, Contrôleur Financier du Category Innovation Center, Cadbury Europe

Cadbury France améliore l’analyse de rentabilité de ses produits et promotions

Cadbury France est une filiale de Cadbury Schweppes, numéro 1 mondial de la confiserie et n°3 mondial des boissons non alcoolisées, avec 300 usines dans 25 pays et des produits commercialisés dans 200 pays. Cadbury France est né de la fusion en 2002 des sociétés La Pie qui Chante, Hollywood et de l’ancien Cadbury France, lui-même issu du regroupement de Poulain et Bouquet d’Or en 1994. Cadbury France est aujourd’hui, en France, n°1 des gommes à mâcher et des bonbons en sachet et n°2 des poudres chocolatées et de la petite confiserie de poche (PCP).

Challenges

- Mesurer plus finement les performances des activités stratégiques
- Analyser plus précisément la rentabilité des promotions, l’un des leviers clés de la stratégie commerciale
- Mieux comprendre les saisonnalités : Halloween , Noël...
- Harmoniser le suivi des produits suite à la fusion

Solution

- Mise en œuvre d’Hyperion Essbase et intégration avec l’ERP en place, avec l’assistance de Business & Decision
- Création par Business & Decision de cubes Essbase d’analyse des performances, de pilotage et de reporting, incluant une centaine d’indicateurs différents
- Mise en place, grâce à la généralisation d’Hyperion Essbase, d’un processus de révisions budgétaires mensuelles
- Gains de productivité grâce à la simplification des processus de révisions budgétaires annuels
- Mise en place d’une logique commune de suivi des produits au sein de la nouvelle société, issue de la fusion
- Mise en place d’indicateurs de performance commerciale au jour le jour destinés au Comité de Direction
- Crédibilisation, avec l’usage d’Hyperion Essbase, du rôle de la Direction Financière dans le pilotage global de l’entreprise
- Possibilité de fournir aux responsables produits, marketing et commerciaux, des mesures précises de la performance des activités, en descendant jusqu’au niveau de l’unité de gestion des stocks (SKU), grâce à la granularité offerte par Essbase