



Grandi Salumifici Italiani
Modena, Italy
www.grandisalumificitaliani.it

Industry:

Alimentari

Annual Revenue:

429,2 milioni di Euro

Employees:

1.124

Oracle Products & Services:

Hyperion Interactive Reporting

Oracle Partner:



Iconsulting
www.iconsulting.biz

“La soluzione di Business Intelligence Oracle ci ha permesso di fornire alla funzione Acquisti le informazioni necessarie per valutare la sua performance. Questo grazie alla possibilità di effettuare analisi specifiche su dati decisionali di prezzo e alla loro immediata disponibilità per la direzione acquisti e per i buyer” – Giuliano Carletti, Chief Financial Officer, Grandi Salumifici Italiani

Grandi Salumifici Italiani supporta la direzione acquisti con la business intelligence

Il gruppo Grandi Salumifici Italiani (GSI), leader nel mercato nazionale dei salumi, vanta quattro marchi di grande prestigio, Casa Modena, Senfter, Cavazzuti e Gasser. La sua capacità produttiva è rappresentata da 12 stabilimenti in Italia e 2 all'estero, in Austria e Cina, con una struttura commerciale dedicata. La logistica è integrata e gestita da una piattaforma centrale, mentre la rete di vendita si compone di oltre 350 persone. Ulteriore fattore d'eccellenza è costituito dalla presenza di strutture dedicate alla Ricerca e Sviluppo e al Controllo Qualità.

Challenges

- Consentire alla funzione Acquisti di valutare le proprie performances
- Trovare elementi validi per la valutazione dei fornitori, dei prezzi d'acquisto e dei giorni di dilazione dei pagamenti
- Ottenere un sistema multidimensionale facilmente navigabile per analizzare le informazioni dei diversi sistemi gestionali
- Valutare settimanalmente lo scostamento dei prezzi d'acquisto delle materie prime rispetto alle previsioni di budget, al listino di mercato della carne fresca e all'anno precedente

Solution

- Implementato con Hyperion Interactive Reporting un sistema di analisi che consente agli Acquisti di agire su diverse gerarchie e prospettive (fornitori, articoli, buyer, voci e centri di costo)
- Superati i limiti di report cartacei attraverso la creazione di scenari condivisibili via web e confrontabili su più livelli
- Analizzati esclusivamente i prezzi d'acquisto e non i volumi, non rilevanti nell'ambito specifico
- Ottenuta con la soluzione Hyperion la possibilità di aggregare i valori unitari di listino e il prezzo medio dedotto dagli scenari di consuntivo contenenti quantità e valori di acquisto
- Individuato il costo dovuto all'aumento dei prezzi sull'anno, depurando il confronto tra consuntivi dall'effetto volume
- Focalizzate le analisi su singoli fornitori, su determinati prodotti e categorie di acquisto per evidenziare i prezzi migliori
- Analizzati i giorni di dilazione di pagamento medi pesati sul kg, ottenendo un indicatore confrontabile a tutti i livelli per individuare le condizioni più vantaggiose