


 DAL 1912
FINI


Gruppo Fini, innovare i processi seguendo il mercato

di Gianni Rusconi

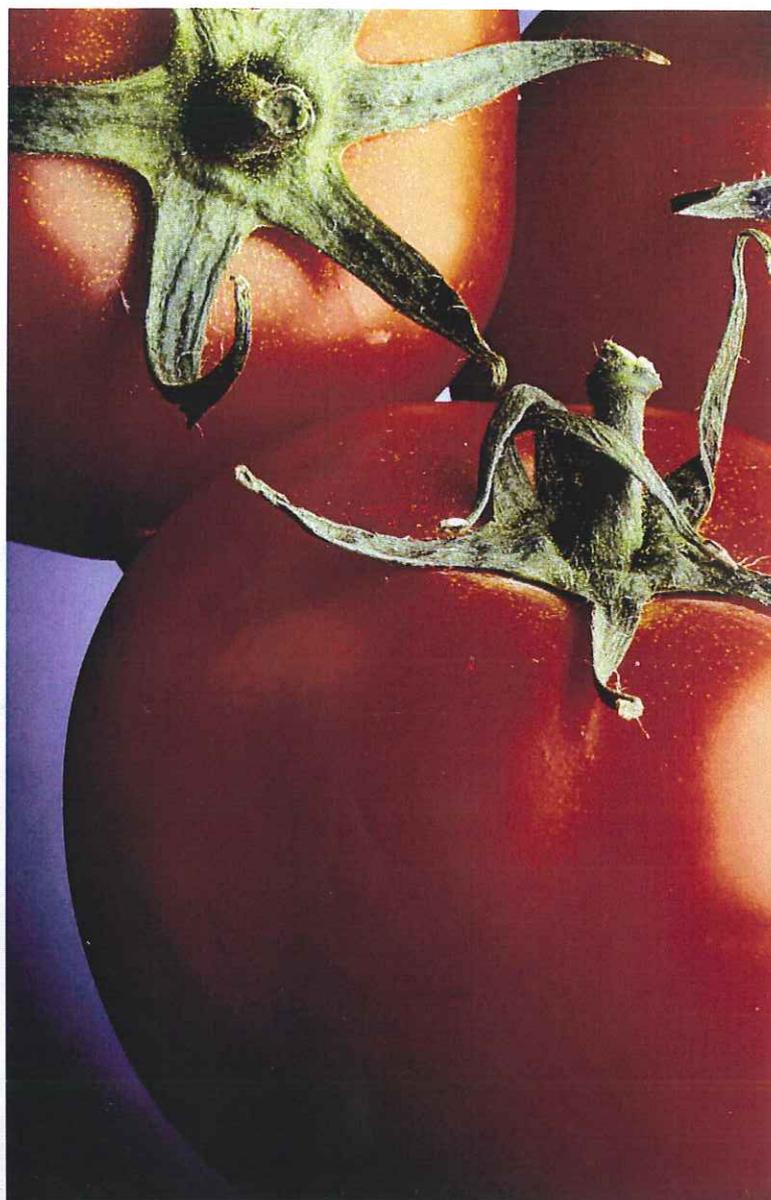
DAI MARCHI *LE CONSERVE DELLA NONNA* E *FINI*
 NASCE UNA NUOVA REALTÀ: *NUOVE CONSERVE*
SPA PER LA QUALE VIENE REALIZZATA UN'UNICA
 PIATTAFORMA APPLICATIVA A SUPPORTO DEI
 PROCESSI STRATEGICI: GESTIONE E CONTROLLO
 CENTRALIZZATO DELLE ATTIVITÀ SUI CLIENTI,
 AUTOMAZIONE DELLE ATTIVITÀ
 DI RILEVAMENTO E CONTROLLO DEI COSTI
 OPERATIVI, SVILUPPO DEL BUSINESS

Due marchi storici della gastronomia italiana, **Le Conserve della Nonna** (attiva dal 1973 a Ravarino, in provincia di Modena) www.conservedellanonna.it e **Fini** (che vide la luce nel 1912 come salumeria nel cuore del capoluogo emiliano) www.finimodena.it, il 31 dicembre sanciranno ufficialmente una fusione che dal punto di vista operativo ha iniziato a prendere forma nel giugno 2005. Diciotto mesi fa, infatti, nasceva **Nuova Conserve Spa** acquisendo l'85% del capitale di Le Conserve della Nonna. La volontà di creare un vero e proprio polo nell'universo agroalimentare italiano si è materializzata sotto la regia di **L Capital**, fondo di investimento che ha come "main sponsor" il gruppo francese **Lvmh**, noto a livello internazionale per essere proprietario di vari brand del lusso, quali Louis Vuitton. Una complessa operazione finanziaria che ha preceduto quella che ha portato a rilevare il 100% degli asset di Fini, che ha posto le basi per la nascita di una nuova realtà, Gruppo Fini, che intende giocare un ruolo di primo piano nel settore pastaio e in quello delle specialità gastronomiche (sughi, vegetali sott'olio, confetture, marmellate, oli d'oliva, aceto balsamico). Gli obiettivi fissati dal management di Nuova Conserve parlano del resto da soli: raggiungere nell'arco di tre anni un fatturato congiunto di 100 milioni di euro, ampliare la distribuzione dei due marchi in Italia e all'estero e acquisire strada facendo ulteriori aziende italiane operanti nel comparto agroalimentare. Un percorso di crescita e di sviluppo che l'azienda emiliana intende intraprendere sfruttando al meglio le due anime che la contraddistinguono: il modello manageriale (esteso dal business alle risorse informative e tecnologiche) portato in dote dai manager dalla nuova proprietà e l'anima produttiva ispirata alla genuinità e alla

qualità dei prodotti propria della storia di Le Conserve della Nonna e di Fini.

L'IMPORTANZA DEL SOFTWARE GESTIONALE NEL PROCESSO DI CAMBIAMENTO

La creazione di una nuova realtà aziendale è spesso sinonimo di grandi interventi a livello di processi e di organizzazione. Valerio Bello, Direttore Finanziario e Consigliere Delegato di Nuova Conserve e del Gruppo di prossima costituzione, ha spiegato a ZeroUno come questa fase di trasformazione si è materializzata anche attraverso delle precise scelte inerenti l'infrastruttura gestionale. "L'obiettivo che ci siamo subito prefissati era quello di un'unica piattaforma applicativa a supporto dei processi strategici: gestione e controllo centralizzato delle attività sui clienti, automazione delle attività di rilevamento e controllo dei costi operativi, sviluppo del business". Detto che la fusione ha accelerato un processo di innovazione del sistema informativo già preventivato, lo scoglio da superare riguardava sostanzialmente alcuni limiti oggettivi della vecchia infrastruttura gestionale: difficoltà di adeguamento del software, cresciuto per aggregazioni successive, alle nuove esigenze di business; manutenzioni e collegamenti sempre più complessi; copertura insufficiente di alcune aree applicative critiche, come il controllo di gestione, e il costante ricorso a strumenti esterni al sistema (fogli Excel o documenti Access) per ottenere informazioni aggregate. Le priorità di intervento sono state quindi identificate nella necessità di comunicare tempestivamente linee guida e strategie aziendali dalla sede alla forza vendita, di offrire supporti decisionali avanzati in grado di facilitare



lo sviluppo delle politiche di business e di ottenere un modello organizzativo basato sulla condivisione web-based delle informazioni. La tecnologia, in sostanza quale strumento di eccellenza per poter concentrare le risorse aziendali sui processi e non sulle singole attività.

Per soddisfare questi requisiti, Bello cercava "uno strumento operativo che non richiedesse progettualità estese" e questo si è concretizzato nell'investire sull'Erp Oracle Jd Edwards Enterprise One, opportunamente completato in fase di roll out dalla soluzione verticale "Food & Beverage" di **Sinfo Pragma** (www.sinfopragma.it), a società che ha curato l'intero progetto, dall'analisi di fattibilità all'implementazione vera e propria dei vari moduli applicativi. Se la piattaforma di cui sopra è stata considerata la "base solida e flessibile" su cui edificare la crescita dell'azienda e attraverso cui migliorare l'efficienza dei processi mantenendo il patrimonio di conoscenza esistente, a Sinfo Pragma, invece, il nuovo Gruppo ha affidato non

solo il roll out della suite Oracle Jd Edwards Enterprise One ma un compito a 360 gradi di supporto che spazia dall'implementazione della nuova piattaforma Erp al cambiamento organizzativo e di cultura aziendale necessario per passare da una realtà padronale a una realtà manageriale. "Oggi - ha completato il quadro Bello - abbiamo una loro persona in azienda che si occupa a tempo pieno della gestione dell'assistenza tecnica di base; domani questo ruolo verrà ricoperto da una figura Fini che sarà chiamata a svolgere in modo particolare mansioni di aggiornamento applicativo interagendo in modo diretto con Sinfo Pragma, che rimane il partner a lungo termine sia per il supporto a livello tecnologico che a livello di processi".

LA SOLUZIONE APPLICATIVA DI DOMANI: FOCUS SUL CRM

Il fatto che la scelta della piattaforma gestionale sia caduta su Oracle Jd Edwards Enterprise One è stato motivato in modo assai coerente. "Abbiamo optato per questa piattaforma - ha infatti spiegato Bello - perché l'abbiamo ritenuta funzionale per lo sviluppo a venire del nostro business: cercavamo quindi funzionalità consolidate, scalabilità verso l'alto in proiezione di nuove acquisizioni, possibilità di aprire l'applicazione verso l'ecosistema di partner esterni, a cominciare dai grandi clienti della Gdo, come per esempio **Carrefour** o **Auchan**, con i quali poter interagire a livello di sistemi informativi, per finire con gli operatori della distribuzione al dettaglio e della logistica. Fini e Conserve della Nonna operavano con pacchetti gestionali diversi, forniti da terze parti e aggiornati internamente: il nuovo Gruppo, che non disporrà di fatto di una struttura



It interna, doveva necessariamente affidarsi a una piattaforma gestionale e a una società di integrazione con forti competenze verticali nel settore alimentare e altrettanto importanti competenze a livello di processo". La scelta del management di Fini circa il ricorso all'outsourcing dell'IT è chiara: reti e sistemi sono da tempo gestiti fuori dai confini aziendali ed è **Atos Origin** il provider a cui è stato demandato tale compito, mentre Sinfo Pragma funge da vero e proprio partner applicativo per la gestione dell'esistente e per lo sviluppo di soluzioni e di modelli gestionali futuri, previsti nel caso specifico nell'area della logistica. "L'IT - ha esteso il concetto Bello - è per la nostra azienda una risorsa indispensabile ma crediamo si possa attivarlo con grandi risultati all'esterno. La filosofia operativa del nuovo Gruppo è totalmente market oriented e in tal senso ragioniamo in termini di progetto e di obiettivi da raggiungere in collaborazione con un network di professionisti, che definiamo non caso operation partner. Ed è un filosofia che applichiamo a tutte le attività aziendali, sistemi informativi compresi". Le architetture Soa non sono una priorità di Gruppo Fini, almeno al momento, mentre Bello ha un'idea ben definita di quella che sarà la priorità applicativa per il 2007: "Puntiamo a implementare un sistema di Crm che ci permetta di avvicinare ulteriormente l'azienda al mercato, che ci consenta di conoscere meglio il cliente e il consumatore finale dei nostri prodotti. Per esperienza diretta credo che da una soluzione di questo genere si possano ottenere impatti e benefici più veloci e tangibili rispetto a quelli conseguibili da una soluzione Erp". La filosofia market oriented, del resto, pone al centro della strategia aziendale il cliente a dispetto della produzione, e non certo viceversa. ■