



CAMPARI

Cóctel logístico para un líder mundial

Líder mundial en el mercado de los alcoholes (sexto actor mundial por su volumen de negocios), Campari produce, comercializa y distribuye en Italia más de 350.000 toneladas de aperitivos, licores, refrescos y aguas minerales. El Grupo decidió desde 1995 externalizar su red logística italiana.

La sociedad se apoya en varios operadores logísticos que explotan plataformas o centros de distribución en Italia.

Su colaboración con Norbert Dentressangle, que comenzó en 1997 con Cidem, desde 2001 se extiende a toda la región noroeste; el almacén Campari en Stezzano, que también sirve de plataforma de distribución para todo el centro norte, es el más vasto de todos los almacenes de la sociedad.

Desde el año 2000, Campari ha aportado diferentes modificaciones a su organización logística: cierre de 10 almacenes, desarrollo planificado de las entregas en directo de sus plantas, selección de los prestatarios de servicios logísticos, en función de la tipología de los productos tratados y de los canales servicios.

“El hecho de escoger a Norbert Dentressangle, operador logístico desde hace mucho tiempo de Heineken, fue un elemento clave de la decisión estratégica que nos ha permitido reducir considerablemente nuestros costes y mejorar el nivel de servicio de forma

significativa”, precisa Donatella Rampinelli, Directora de la gestión de la clientela de Campari Italia (servicio que agrupa todas las operaciones de la Supply Chain del Grupo italiano). El complemento entre las entregas de nuestros productos y las de Heineken, añade, es del orden de 80 a 85%, de igual forma que nuestras problemáticas son comparables, por ejemplo, en términos de recuperación de envases. Esto permite una óptima explotación de la capacidad y de los medios y tiene un impacto importante sobre todas las actividades de distribución”.

Una colaboración en constante evolución

La dinámica colaboración entre Campari y Norbert Dentressangle tiende a una mejora constante del servicio y de todas las actividades logísticas.

“Es una colaboración que nunca carece de innovación. Tengo el placer de colaborar con el equipo de Norbert Dentressangle. No dejamos de profundizar el análisis de todos los sectores que aún pueden mejorarse”, precisa. “El primer objetivo es transferir fuera de los sitios de producción todas las operaciones anexas de nuestra Sociedad hasta el punto más cercano en el momento de la entrega”.

El último de estos proyectos fue el lanzamiento en marzo de 2004 de un sistema de almacenamiento y de entrega de todos los productos promocionales destinados al canal Horeca”. Y Donatella Rampinelli añade: *“Antes, la gestión de estos productos no codificados presentaba grandes dificultades. La gestión centralizada*

“La colaboración dinámica entre Campari y Norbert Dentressangle tiende a una mejora constante del servicio y de todas las actividades logísticas”.

del stock permite además controlarlo mejor; la red compartida de Norbert Dentressangle y Campari favorece un reaprovisionamiento seguro y perenne de los artículos promocionales destinados a la Fuerza de Venta de Campari”. “Por otra parte, el actual sistema de “tracking” de las órdenes de entrega por internet permite visualizar en tiempo real el estado de las entregas, suministrando igualmente a los comerciales de Campari informaciones puntuales sobre sus pedidos”.

Por último, en enero de 2005, con la entrada en vigor de la norma CE 178/02, el sistema de trazabilidad de los lotes de producción, desarrollado conjuntamente por Campari y Norbert Dentressangle en la óptica del mantenimiento de la mejor eficacia de las operaciones de preparación de las mercancías garantizará la trazabilidad de toda la rama de distribución de Campari.

Hoy Campari, empresa cotizada en bolsa, puede confiar en la fiabilidad y la calidad de los servicios de Norbert Dentressangle para afirmar y mantener su posición de liderazgo en la producción y comercialización de bebidas alcohólicas y no alcohólicas en Italia.

Un volumen de negocios en progresión

El Grupo Campari, fundado en 1860, presenta una cartera de productos que cubre tres segmentos diferentes: los alcoholes, los vinos y los refrescos. Entre ellos, observamos marcas internacionales, como Campari, SKYY Vodka, Cynar y Cinzano y productos locales como Campari Soda, Campari Mixx, Crodino, Aperol, Aperol Soda, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Barbieri, Enrico Serafino, Lemonsoda, Oransoda y Pelmosoda en Italia, Ouzo 12 en Grecia y en Alemania, Dreher, Old Eight, Drury's y Liebfraumilch en Brasil, Gregson's en Uruguay, Riccadonna en Australia y en Nueva Zelanda y Mondoro en Rusia. Campari además distribuye productos como Grand Marnier, Glenfiddich, Grant's, Lipton Ice Tea.

El grupo ha realizado un volumen de negocios en 2003 de 714 millones de euros (+8% respecto a 2002) y un beneficio neto de 80 millones de euros.

