



CAMPARI

Cocktail

logistique pour leader mondial

Leader mondial sur le marché des alcools (sixième acteur mondial par son chiffre d'affaires), Campari produit, commercialise et distribue en Italie plus de 350.000 tonnes d'apéritifs, de liqueurs, de sodas et eaux minérales. Le Groupe a décidé dès 1995 d'externaliser son réseau logistique italien.

La société s'appuie sur divers opérateurs logistiques exploitant des plates-formes ou des centres de distribution en Italie.

Sa collaboration avec Norbert Dentressangle, qui a débuté en 1997 avec Cidem, s'étend depuis 2001 à toute la région nord-ouest ; l'entrepôt Campari à Stezzano, qui sert également de plate-forme de distribution pour tout le centre nord, est le plus vaste de tous les dépôts de la société.

Depuis l'an 2000, Campari a apporté différentes modifications à son organisation logistique : fermeture de 10 dépôts, développement planifié des livraisons en direct de ses usines, sélection des prestataires de services logistiques en fonction de la typologie des produits traités et des canaux desservis.

“Le fait de choisir Norbert Dentressangle, opérateur logistique de longue date de Heineken, a été un élément clé de la décision stratégique qui nous a permis de réduire considérablement nos coûts et d'améliorer le niveau de service de façon significative”, précise Donatella Rampinelli, Directrice de la

gestion de la clientèle de Campari Italie (service qui englobe toutes les opérations de la Supply Chain du Groupe italien). *“Le recouvrement entre les livraisons de nos produits et celles de Heineken, ajoute-t-elle, est de l’ordre de 80 à 85%, de même que nos problématiques sont comparables – par exemple en termes de récupération des verres consignés. Cela permet une exploitation optimale de la capacité et des moyens, et a un impact important sur toutes les activités de distribution”.*

Une collaboration en constant devenir

La collaboration dynamique entre Campari et Norbert Dentressangle tend à une amélioration constante du service et de toutes les activités logistiques.

“C’est une collaboration qui n’est jamais en panne d’innovation. J’ai plaisir à collaborer avec l’équipe de Norbert Dentressangle. Nous ne cessons d’approfondir l’analyse de tous les secteurs pouvant encore être améliorés”, précise-t-elle. *“L’objectif premier est de transférer en dehors des sites de production toutes les opérations annexes de notre Société jusqu’au point le plus proche au moment de la livraison”.*

Le dernier de ces projets a été le lancement en mars 2004 d’un système de stockage et de livraison de tous les produits promotionnels destinés au canal Horeca”. Et Donatella Rampinelli ajoute *“Auparavant, la gestion de ces produits non codifiés présentait de grandes difficultés. La gestion centralisée du stock permet en outre de mieux*

“La collaboration dynamique entre Campari et Norbert Dentressangle tend à une amélioration constante du service et de toutes les activités logistiques”.

contrôler le stock ; le réseau partagé de Norbert Dentressangle et Campari favorise un réapprovisionnement sûr et pérenne des articles promotionnels destinés à la Force de Vente de Campari”.

“Par ailleurs le système actuel de “tracking” des ordres de livraison par Internet permet de visualiser en temps réel l’état des livraisons, en fournissant également aux commerciaux de Campari des informations ponctuelles sur leurs ordres”.

Enfin, depuis janvier 2005, avec l’entrée en vigueur de la norme CE 178/02, le système de traçabilité des lots de production, développé conjointement par Campari et Norbert Dentressangle dans l’optique du maintien de la meilleure efficacité des opérations de préparation des marchandises garantit la traçabilité dans toute la filière de distribution de Campari.

Aujourd’hui Campari, entreprise cotée en bourse, peut compter sur la fiabilité et la qualité des services de Norbert Dentressangle pour affirmer et maintenir sa position de leadership dans la production et la commercialisation des boissons alcoolisées et non alcoolisées en Italie.

Un chiffre d’affaires en progression

Le Groupe Campari, fondé par Davide Campari en 1860, affiche un portefeuille de produits qui recouvre trois segments différents : les alcools, les vins et les sodas. Parmi eux, nous notons des marques internationales, comme Campari, SKYY Vodka, Cynar et Cinzano et des produits locaux comme Campari Soda, Campari Mixx, Crodino, Aperol, Aperol Soda, Sella & Mosca, Zedda Piras, Biancosarti, Barbieri, Enrico Serafino, Lemonsoda, Oransoda et Pelmosoda en Italie, Ouzo 12 en Grèce et en Allemagne, Dreher, Old Eight, Drury’s et Liebfraumilch au Brésil, Gregson’s en Uruguay, Riccadonna en Australie et en Nouvelle-Zélande et Mondoro en Russie. Campari distribue en outre des produits comme Grand Marnier, Glenfiddich, Grant’s, Lipton Ice Tea.

Le groupe a réalisé un chiffre d’affaires 2003 de 714 millions d’euros (+8% par rapport à 2002) et un bénéfice net de 80 millions d’euros.

