

## Dalla bottega di speziale alle balanced scorecard

Publicato il 02 dicembre 2015 da [La Redazione](#)



***Nata oltre 160 fa, Dompé Farmaceutici è diventata un gruppo articolato e complesso, che di recente ha deciso di dotarsi di un sofisticato strumento di Corporate Performance Management per governare meglio la complessità del business e per mantenere il giusto livello di competitività.***

È il 1853 quando Gian Antonio Dompé apre la sua bottega di speziale in piazza della Scala a Milano. Quarantacinque anni dopo il figlio Onorato, seguendo il modello anglosassone, fonda una catena di farmacie con l'obiettivo di coprire le principali città del territorio

italiano.

Risale però al 1940 la svolta industriale della famiglia Dompé: tocca a Franco costituire la Dompé Farmaceutici nella stessa sede che ancora oggi ospita l'headquarter del Gruppo.

Tra gli anni Settanta e Novanta le attività dell'azienda si arricchiscono con poli produttivi e centri di ricerca, un'espansione che prosegue anche in tempi recenti attraverso numerose acquisizioni che culminano, nel 2014, con l'apertura di una filiale a New York.

Di recente, proprio per poter governare meglio la complessità ormai raggiunta e per mantenere il giusto livello di competitività, il Gruppo Dompé ha deciso di dotarsi di uno strumento di controllo strategico. Uno strumento con il quale misurare l'organizzazione con riferimento non solo a prestazioni di natura finanziaria, ma anche a parametri non economici, per garantire risultati competitivi e sostenibili nel tempo.

La necessità era quella di utilizzare un sistema chiaro e organizzato, in grado di fotografare lo stato del business rispetto agli obiettivi tattici e strategici, nonché di evidenziare e monitorare le azioni di miglioramento previste.

Facendosi affiancare da Sb Italia, Business Partner di Ibm e Gold Partner di Oracle, Dompé ha realizzato un sistema di Corporate Performance Management (Cpm) basato su Balanced Scorecard che, tramite l'individuazione degli indicatori chiave (Kpi), permette di analizzare le variabili fondamentali in grado di descrivere l'andamento dell'azienda rispetto alla strategia, in modalità proattiva e predittiva.

La soluzione si basa su una piattaforma database Oracle e sul software di business intelligence Ibm Cognos, corredato dai moduli Report Studio e Metric Studio. Il team di lavoro, composto da personale interno Dompé e da specialisti Sb Italia, è riuscito a creare una soluzione semplice da usare e far evolvere, anche grazie alla collaborazione e alla responsabilizzazione di tutti gli attori coinvolti nel progetto.

Il sistema è declinato in quattro aree di performance: international standing (la capacità del Gruppo di acquisire visibilità a livello internazionale), commercial efficiency (il mantenere una struttura di costi commerciali competitiva), market leadership (il riconoscimento di una posizione di mercato dominante da parte dei partner commerciali) e products portfolio, cioè la capacità di allestire e consolidare un'offerta in grado di sostenere la crescita nel medio-lungo periodo.

Ora Dompé ha a disposizione uno strumento unico, centrale e condiviso, che supera i possibili contrasti legati alla certificazione del dato e che mette a disposizione del management una visione chiara (sia top-down, sia bottom-up) degli indicatori che determinano il successo dell'azienda. La soluzione è facilmente adattabile ai cambi di strategia e consente un monitoraggio di tipo proattivo.