

ATTUALITA'

Tagetik: per un Corporate Performance Management strategico

di Rinaldo Marcandalli

PIERLUIGI PIERALLINI
presidente e fondatore
di Tagetik



www.ecostampa.it

UN BELL'ESEMPIO DI AZIENDA MADE IN ITALY CHE NEL SETTORE DELL'INFORMATION TECHNOLOGY PORTA UNA SOLUZIONE INNOVATIVA. IN UN UNICO PRODOTTO SONO RACCHIUSE TUTTE LE FUNZIONALITÀ PER GARANTIRE IL CONTROLLO DI TUTTI I PROCESSI DI CPM E DI GOVERNANCE FINANZIARIA, SECONDO LA LOGICA DELLA TRACCIABILITÀ TIPICA DEL SETTORE FINANZIARIO MA CHE PUÒ ESSERE TRASLATATA A TUTTE LE INDUSTRY

LUCCA - Alla User Conference 2008 organizzata a fine maggio da **Tagetik** (www.tagetik.it), italianissima società di software specializzata nella gestione integrata di Corporate Performance Management (Cpm) e Governance finanziaria, ZeroUno ha intervistato Pierluigi Pierallini, presidente e fondatore della società.

"Come società software, **Tagetik** nasce dalla decisione di condensare in un solo prodotto tutta la cultura sviluppata nelle relazioni consulenziali con i clienti, seguendo quelle che noi chiamiamo le nostre quattro "P" (Passion, People, Product and Performance)", dice Pierallini. "**Tagetik Cpm** è una soluzione che, in un solo prodotto, unifica tutti i processi di Cpm e di Governance finanziaria - spiega Pierallini, - in modo da garantire consistenza e affidabilità dei dati secondo la logica della tracciabilità della partita doppia e del "financial closed-loop" (metodo per la tracciabilità delle operazioni finanziarie, ndr). Grazie ai processi built-in è in grado di rispondere sia alla compliance sia alle problematiche più complesse (Governance and Risk Management)".

La soluzione ha un'architettura aperta, è multiplatforma per interfacce Erp, una tecnologia basata sul web, scalabile e a basso Tco ed è in grado di unificare tutti i processi Cpm attraverso diverse funzionalità: *Core CPM Processes* (budgeting, planning e ro-recasting, analisi di profittabilità e ottimizzazione, dashboard e scorecard, consolidamento, reporting civilistico, gestionale e finanziario); *Extended CPM Processes* (analisi del credito e reporting, Ict performance management); *Vertical CPM Processes* (accounting regolatorio per il settore Telco o Energy, cash flow di commessa per il settore Construction&Engineering, vigilanza per il mondo finanziario).

All'evento **Tagetik**, ZeroUno ha incontrato anche Carsten

Bange, Ceo del centro indipendente europeo di **Business Application Research** (www.barc.de), che ha presentato i risultati di un'indagine sul Cpm presso le aziende medio grandi in Europa, e Nigel Rayner, vice president Ricerca **Gartner** (www.gartner.com), che del Cpm ha caldeggiato l'uso strategico.

L'indagine Barc su "Status quo e opportunità per il Cpm per aziende europee grandi o medie", studia pianificazione e budgeting di circa 500 aziende e la loro continua ripianificazione. La pianificazione gestionale e finanziaria è affrontata con metodologie di budget di cash flow planning nel 68% dei casi, mentre la balanced scorecard interessa solo un 26%, con ben il 30% ancora solo "planned". Forte la correlazione, in sede di pianificazione, con esigenze di Governance, Risk and Compliance (il 72% vede necessario validare e tracciare i dati), ma con eccezioni (solo il 34% indirizza in sede di pianificazione documentazione dei processi e valutazione del rischio). L'82% usa ancora *Excel* per la pianificazione ma solo il 7% è soddisfatto; più soddisfatto (72%) chi utilizza una soluzione specifica.

Ma il problema centrale da migliorare sta nella "insufficiente priorità data al management strategico nelle valutazioni di Cpm", nota Rayner. "A livello di singole linee di business le suite Cpm hanno portato miglior qualità, accuratezza e tempestività del reporting, e confidenza nelle attività di budgeting e forecasting, ma risulta insufficiente una retroazione alla pianificazione strategica. Dopo che la scorecard è stata comunicata dai vertici alle varie linee di business, queste utilizzano i sistemi di Cpm "per sé". Le validazioni Cpm non si sono ancora affermate come pratica di retroazione dalle linee di business al management strategico". Su questo c'è ancora da lavorare a livello organizzativo e di processo. ■