

:// DIREZIONALE

Controllo di Gestione

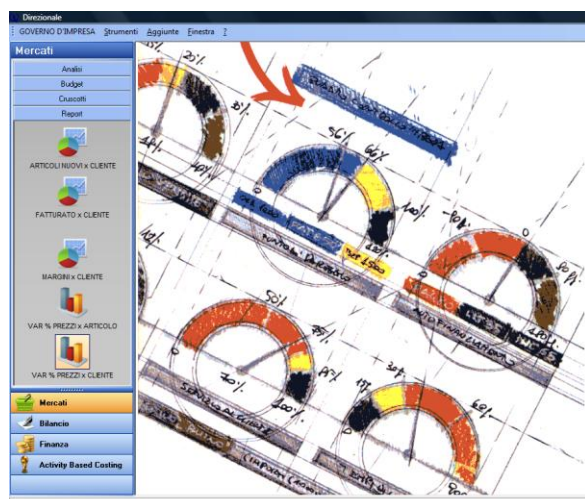
Credemtel rivoluziona e semplifica l'approccio al Controllo di Gestione.

Direzionale è la soluzione software per la direzione d'impresa.

Va oltre la Business Intelligence con una soluzione completa di **pianificazione e controllo**.

Integra tutti i ruoli aziendali coinvolti nei processi che governano l'impresa.

Viene alimentato dal software gestionale azienda e ne diventa un naturale **ampliamento**.



Direzionale è lo strumento ideale per un'efficace gestione aziendale ed il supporto alla direzione in attività indispensabili, quali:

- **definizione** degli **obiettivi**;
- **pianificazione** delle azioni per il loro aggiungimento;
- **monitoraggio** della coerenza tra azioni attivate ed obiettivo auspicato;
- **analisi** scostamenti con la situazione reale per pianificarne i correttivi;

E poi ancora:

- sposta il focus dai fatturati ai margini secondo le più attuali strategie di vendita;
- introduce il concetto di rating dei clienti aiutando la forza vendita a mantenere alta l'attenzione su redditività e affidabilità;
- invita a fare strategie di vendita migliorando l'efficacia del lavoro.



INDICE

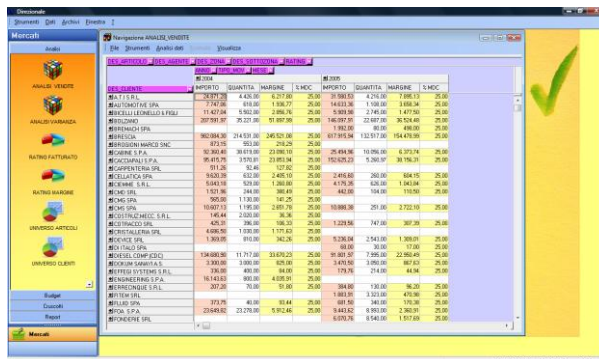
SOLUZIONE MERCATO	3
ANALISI MERCATO	3
DASHBOARD	3
VARIANZA	3
ANALISI GEOGRAFICA	4
RATING	4
BUDGET	4
FORECAST	5
STRATEGIE DI VENDITA	5
ANALISI SCOSTAMENTI	5
CONSOLIDAMENTO	6
GENERAZIONE BUDGET ACQUISTI	6
BILANCIO	7
CASH FLOW	7
ANALISI COSTI (ABC)	8
CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO	8
SISTEMA RIBALTAMENTI	9
COST DRIVER	9
COSTO PRODOTTO VENDUTO	10



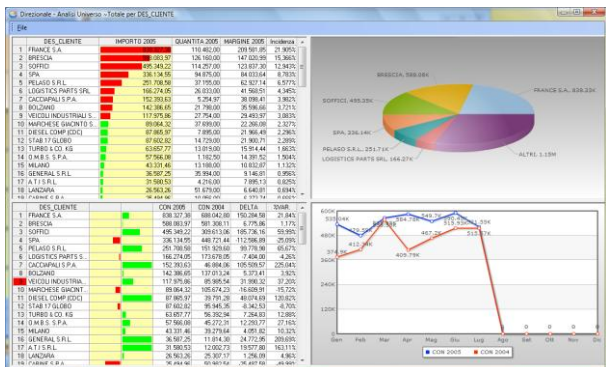
SOLUZIONE MERCATO

ANALISI MERCATO

Analisi delle vendite per fatturato, quantità, margine e margine %. Giocando con le **dimensioni di analisi** ottieni una risposta ad ogni tua domanda: vendite per cliente, agente, articolo, agente/articolo, agente/cliente, cliente/tipo articolo, ecc. La tecnologia OLAP crea un ambiente multidimensionale dove sei tu che formuli la domanda ed il sistema risponde sempre subito. Non più le solite statistiche ma risposte in tempo reale.



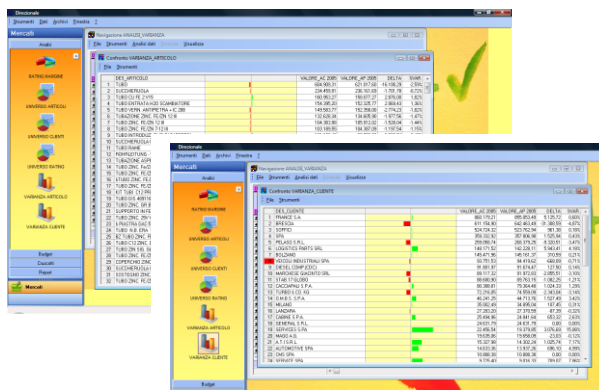
DASHBOARD



Il Dashboard è il **chi, cosa, dove, quando, come e perché** dell'andamento dei mercati. **Quali** clienti fatturano di più (analisi di Pareto) e con quale incidenza sul totale fatturato. **Come** sta cambiando il loro fatturato rispetto all'anno precedente o rispetto al budget. **Quando** si sono verificati i delta di fatturato (linee d'andamento per mese). Il **Perché** dei fatti viene dettagliato grazie al drill-down con cui puoi esplorare ogni dettaglio.

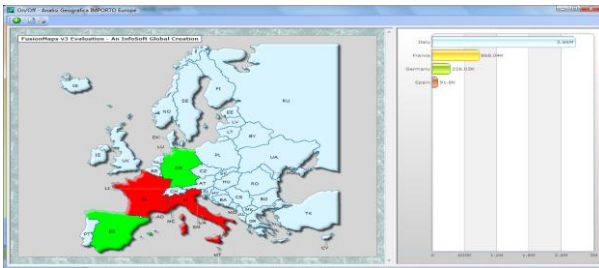
VARIANZA

Stiamo vendendo meglio (peggio)? Il fatturato è aumentato (diminuito) per effetto di maggiori (minori) quantità vendute o per aver praticato prezzi più alti (bassi) alla clientela? L'analisi di varianza risponde a questa domanda rivalutando le quantità vendute nel periodo d'esame al prezzo dell'anno precedente in modo da mettere subito in evidenza il delta relativo all'andamento dei prezzi, per cliente e articolo.





ANALISI GEOGRAFICA



Dove vendiamo?

Le analisi geografiche dell'universo vendite, sfruttano la geo-localizzazione per analizzare, pianificare ed implementare attività di marketing focalizzate sulle specificità locali.

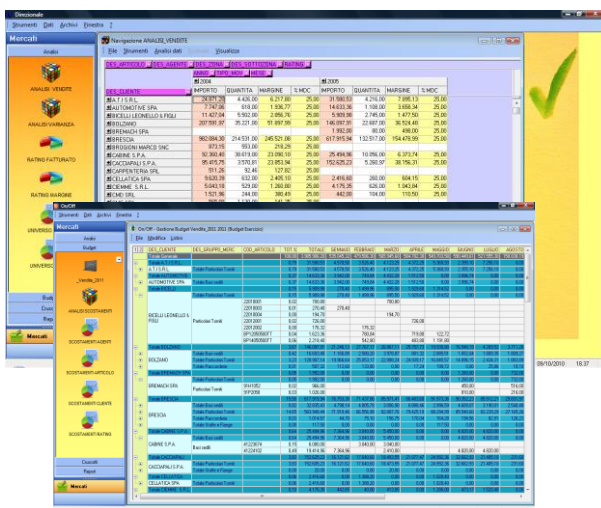
RATING

Un "giudizio" sui clienti per importanza di fatturato (penetrazione), margine (redditività) e affidabilità (puntualità nei pagamenti) anticipa i problemi che spesso si hanno sul "circolante". Una tripla "AAA" dice che tutto è ok. La presenza di "B" e "C" declassano il cliente mettendo il venditore nella condizione di attivare i correttivi del caso.

Navigatione ANALISI_VENDITE

ANNO	TIPO	MOV.	MESE		
2004					
GRUPPO	VALORE	QTA	MARGINE	%	VALORE
AAD	2.488.224,39	465.654,80	533.620,56	21,44	3.043,74
ABD	39.791,28	3.148,00	8.078,43	20,30	91,80
ABD	105.674,23	38.088,00	22.454,61	21,29	88,21
BRD	12.002,73	2.128,00	2.700,61	22,50	31,59
A.T.I.S.R.L.	277.983,01	135.112,00	59.088,34	21,26	225,94
AUTOMOTIVE	50.982,54	20.913,00	10.074,15	19,76	25,49
CABINE S.P.A.	11.814,30	17.137,00	2.658,22	22,50	36,58
GENERAL S.R.L.	67.511,10	9.829,00	14.086,01	20,86	71,55
NUOVA SRL	45.272,31	874,00	10.198,27	22,50	57,59
D.M.B.S.P.A.	13.460,04	1.416,00	2.810,78	20,88	22,49
SERVICES S.P.A.	56.392,94	11.280,00	12.096,29	21,45	75,22
TURBO & CO. KG	535.418,97	198.488,00	113.701,27	21,24	546,40
Totale	150.152,13	93.620,01	31.474,20	20,96	214,74

BUDGET



Fare il budget non è "indovinare" ciò che accadrà in futuro ma fare un piano d'azione per raggiungere l'obiettivo desiderato. Si parte da un trend conosciuto (es. vendite alla data) per disegnare il futuro con variazioni del listino di vendita per una strategia più aggressiva. L'obiettivo è conquistare nuove quote di mercato:

- prezzi più alti vendendo "valore" per difendere il margine;
- promuovere articoli/famiglie di prodotto, in un determinato periodo dell'anno,
- ristrutturare la rete di vendita;
- conquistare un nuovo cliente;
- make or buy (acquistare anziché produrre);
- varare una nuova linea di prodotti.

In definitiva il "cosa succede se..." è da valutare prima di decidere come e su cosa investire. Le aziende che "operano" un piano scritto per disegnare il loro futuro avranno più vendite e maggiori profitti perché attiveranno un fattore critico per il successo nella vendita: la coerenza dei propri uomini.



FORECAST

Come finirà l'esercizio in corso? Due click per il forecast :

- crea il forecast partendo dall' YTD in corso (consolidato alla data)
- completa il forecast aggiungendo in alternativa:
 - i mesi complementari dell'anno scorso;
 - i mesi complementari del budget dell'anno in corso.

STRATEGIE DI VENDITA

DESC. CLIENTE	STORICO			BUDGET			B.E.P.			MARGINE OBIETTIVO LISTINO	VAR.%	
	VALORE	QTA	MARGINE %	VALORE	QTA	MARGINE %	VALORE	QTA	MARGINE %			
ALTI S.R.L.	103.979,16	16.110,00	25.993,79	25,00	103.979,16	16.110,00	25.993,79	25,00	0,00	120,00	0,00	25.993,79
AUTOMOTIVE SPA	14.833,36	1.138,00	3.896,34	25,00	14.833,36	1.138,00	3.896,34	25,00	0,00	0,00	0,00	3.896,34
BIELLESE/INELLO S.R.L.	31.132,21	11.530,00	7.763,95	25,00	31.132,21	11.530,00	7.763,95	25,00	69,78	381,82	216,95	6.000,00
BOLZANO	888.897,78	138.571,00	202.246,73	25,00	888.897,78	138.571,00	202.246,73	25,00	0,00	0,00	0,00	202.246,73
BRESCIA	1.962,00	80,00	496,80	25,00	1.962,00	80,00	496,80	25,00	0,00	0,00	0,00	496,80
BRESCIA	3.722.897,29	799.073,00	930.714,32	25,00	3.722.897,29	799.073,00	930.714,32	25,00	0,00	0,00	0,00	930.714,32
CABINE S.P.A.	248.251,28	105.948,00	62.312,82	25,00	248.251,28	105.948,00	62.312,82	25,00	0,00	0,00	0,00	62.312,82
CACCIAPALI S.P.A.	512.235,20	19.663,97	128.044,42	25,00	512.235,20	19.663,97	128.044,42	25,00	0,00	0,00	0,00	128.044,42
CELLATICA SPA	16.970,76	1.046,00	4.167,69	25,00	16.970,76	1.046,00	4.167,69	25,00	0,00	0,00	0,00	4.167,69
CEMME S.R.L.	20.124,14	2.030,00	5.091,03	25,00	20.124,14	2.030,00	5.091,03	25,00	0,00	0,00	0,00	5.091,04
CHO SRL	442,00	104,00	110,50	25,00	442,00	104,00	110,50	25,00	0,00	0,00	0,00	110,50
CHS SPA	58.903,92	2.024,00	14.725,23	25,00	58.903,92	2.024,00	14.725,23	25,00	0,00	0,00	0,00	14.725,23
COTRACCO SRL	1.894,87	114,00	417,32	25,00	1.894,87	114,00	417,32	25,00	0,00	0,00	0,00	417,32
DEVIC S.R.L.	5.236,04	2.543,00	1.393,01	25,00	5.236,04	2.543,00	1.393,01	25,00	0,00	0,00	0,00	1.393,01
DIVITALO SPA	88,00	30,00	17,00	25,00	88,00	30,00	17,00	25,00	0,00	0,00	0,00	17,00
DIESTE COMP (DICI)	724.886,46	62.492,00	181.224,61	25,00	724.886,46	62.492,00	181.224,61	25,00	0,00	0,00	0,00	181.224,62
DORIAN SANIYA S.R.L.	19.322,00	16.200,00	4.970,00	25,00	19.322,00	16.200,00	4.970,00	25,00	0,00	0,00	0,00	4.970,00
EPFEG SYSTEMS S.R.L.	1.391,04	1.656,00	347,76	25,00	1.391,04	1.656,00	347,76	25,00	0,00	0,00	0,00	347,76
ERRECONQUE S.R.L.	2.388,00	800,00	582,00	25,00	2.388,00	800,00	582,00	25,00	0,00	0,00	0,00	582,00
FITEM SRL	1.863,91	3.323,00	470,98	25,00	1.863,91	3.323,00	470,98	25,00	0,00	0,00	0,00	470,98
FILIO SPA	591,50	340,00	170,28	25,00	591,50	340,00	170,28	25,00	0,00	0,00	0,00	170,28
FISA S.P.A.	69.715,84	65.676,00	17.428,36	25,00	69.715,84	65.676,00	17.428,36	25,00	0,00	0,00	0,00	17.428,36
FONDERIE SRL	6.070,76	6.540,00	1.917,69	25,00	6.070,76	6.540,00	1.917,69	25,00	0,00	0,00	0,00	1.917,69
FRANCE S.A.	5.254.016,54	684.717,00	1.313.934,13	25,00	5.254.016,54	684.717,00	1.313.934,13	25,00	0,00	0,00	0,00	1.313.934,13

Devi visitare un cliente, prepara una strategia:

- cosa** ha comprato fino ad oggi?
- quali** obiettivi di fatturato mi pongo?
- quali** condizioni posso praticargli?
- qual'è** il budget del cliente?
- quale** obiettivo di margine devo difendere?
- come** raggiungere il mio margine obiettivo?
- posso** vendere di più o cambio pricing?

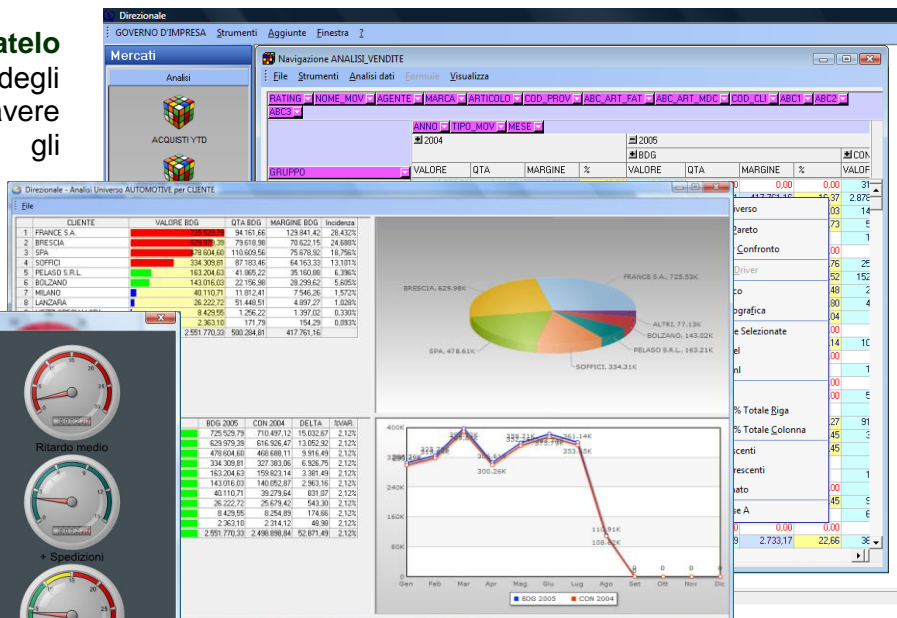
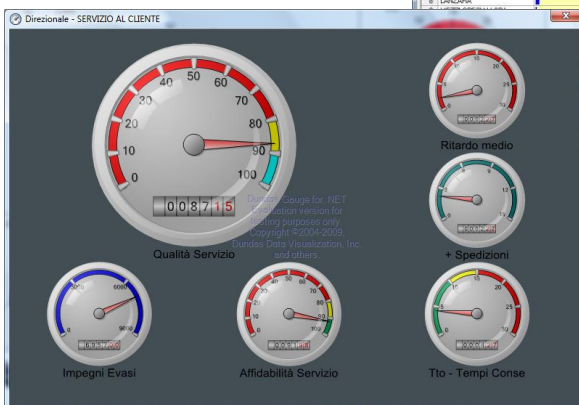
In modalità **simulazione** tieni sotto controllo i tuoi obiettivi mentre testi la tua strategia.

Se poi salvi le tue strategie/obiettivi cliente per cliente avrai già il tuo forecast di fine anno.

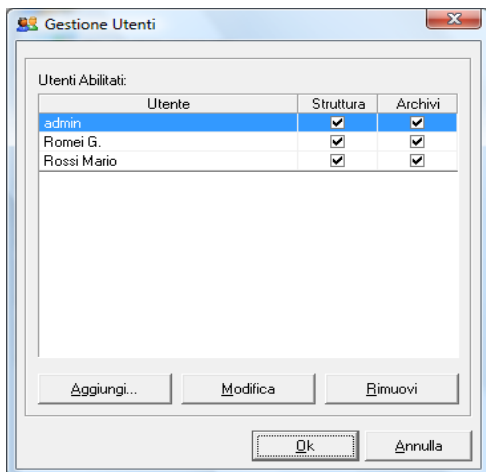
ANALISI SCOSTAMENTI

Fatto il budget, **riversatelo** nell'ambiente di analisi degli andamenti in modo da avere sempre sotto controllo gli scostamenti del reale dagli obiettivi di budget in ogni dimensione d'analisi.

PERFORMANCE MANAGEMENT



CONSOLIDAMENTO



Consolidare il budget vuol dire accorparne le varie componenti, anche redatte da singoli responsabili di settore e/o agenti.

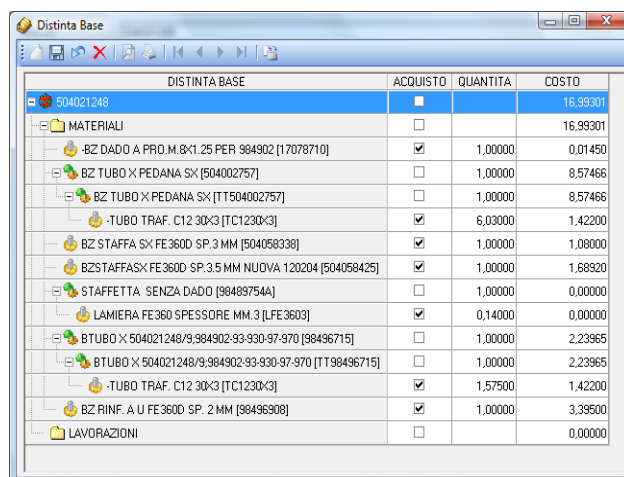
Il **Budget Consolidato** sarà consultabile da ciascuno, al proprio livello, per quanto gli concerne, e da ciascun responsabile ai livelli superiori, per quanto di propria competenza.

Ogni oggetto di Direzionale è “profilato”, nel senso che può essere collegato a vari profili utente, permettendo i livelli di privacy necessari.

La consultazione da “remoto” è assicurata dai sistemi di simulazione in “terminal server”.

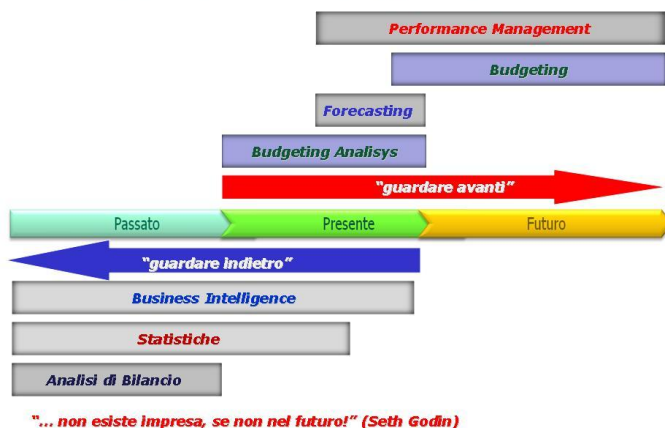
GENERAZIONE BUDGET ACQUISTI

Il collegamento alla **distinta base** di ciascun articolo di cui sia stata fatta una pianificazione di vendita, fa del budget delle vendite, la fonte per esplodere i fabbisogni correlati ai volumi di vendita, consentendo la generazione, in automatico, del budget degli acquisti per il prossimo esercizio. Lo stesso può essere creato anche a partire dai dati consuntivi degli acquisti, con un procedimento analogo a quello del budget delle vendite. Come già detto, la gestione dei legami della distinta base, consente di valutare strategie di *make or buy*, rettificando i fabbisogni in relazione a queste ipotesi, con il calcolo del costo del prodotto venduto.



DISTINTA BASE	ACQUISTO	QUANTITA'	COSTO
504021248	<input type="checkbox"/>		16,99301
MATERIALI	<input type="checkbox"/>		16,99301
BZ DADO A PRO.M.8X1.25 PER.984902 [17078710]	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00000	0,01450
BZ TUBO X PEDANA SX [504002757]	<input type="checkbox"/>	1,00000	8,57466
BZ TUBO X PEDANA SX [TT504002757]	<input type="checkbox"/>	1,00000	8,57466
-TUBO TRAF. C12 30X3 [TC1230X3]	<input checked="" type="checkbox"/>	6,03000	1,42200
BZ STAFFA SX FE360D SP.3 MM [504058338]	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00000	1,08000
BZ STAFFASX FE360D SP.3.5 MM NUOVA 120204 [504058425]	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00000	1,68320
STAFFETTA SENZA DADO [984897544]	<input type="checkbox"/>	1,00000	0,00000
LAMIERA FE360 SPESSORE MM.3 [LFE3603]	<input checked="" type="checkbox"/>	0,14000	0,00000
BTUBO X 504021248/9.984902-93-930-97-970 [98496715]	<input type="checkbox"/>	1,00000	2,23965
BTUBO X 504021248/9.984902-93-930-97-970 [TT98496715]	<input type="checkbox"/>	1,00000	2,23965
-TUBO TRAF. C12 30X3 [TC1230X3]	<input checked="" type="checkbox"/>	1,57500	1,42200
BZ RINF. A U FE360D SP. 2 MM [98496908]	<input checked="" type="checkbox"/>	1,00000	3,39500
LAVORAZIONI	<input type="checkbox"/>		0,00000

controllo e governo



"... non esiste impresa, se non nel futuro!" (Seth Godin)

Come stiamo andando?
Perché?
Cosa possiamo fare per migliorare?

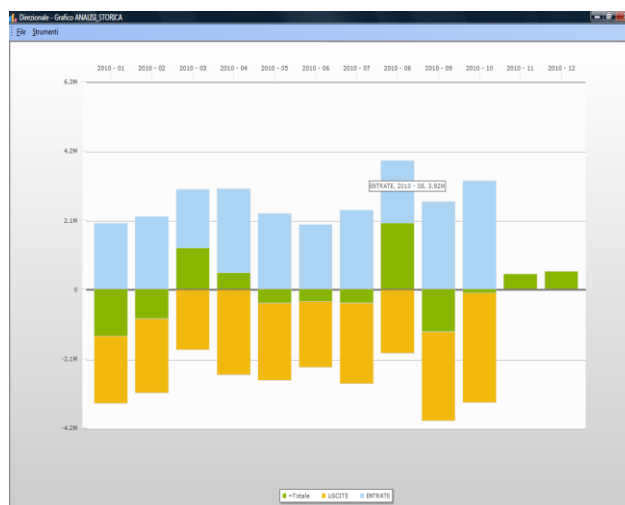
Sono domande classiche per rispondere alle quali abbiamo messo in campo strumenti per **"guardare avanti"**. Il **"guardare indietro"** ci fornisce i punti di partenza come il conto economico scalare da cui sviluppare il budget dei costi.

Integrando quest'ultimo con il budget delle vendite e acquisti si completa il conto economico previsionale

CASH FLOW

Dal budget delle vendite si ricava il budget degli acquisti. Con il budget dei costi (che fornisce il mutare dei costi di struttura) si verifica l'andamento finanziario del prossimo esercizio. In 3 click del mouse:

1. **Incassi** dalle vendite a meno delle condizioni di pagamento dei clienti ed assoggettamento Iva per cliente/articolo.
2. **Pagamenti** dal budget acquisti per fornitore/articolo. Condizioni di pagamento per fornitore ed Iva legata alla tipologia di beni acquistati.
3. **Uscite di cassa** in base al budget dei costi nel tempo accorpati e/o distribuiti.



ANALISI COSTI (ABC)

La soluzione **Activity Based Costing** nasce per consentire la corretta determinazione del conto economico di ogni livello della struttura aziendale.

La necessità è quella di attribuire a ciascuna parte della struttura (filiale, business unit, cliente, prodotto), le componenti di costo assorbite dai processi che la caratterizzano con l'obiettivo di un conto economico di filiale, BU, reparto, prodotto o cliente.

La determinazione del costo diretto (direct cost) o pieno (full cost) rende possibile l'analisi per "margin" che guida le scelte aziendali per la redditività dei singoli settori.

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO

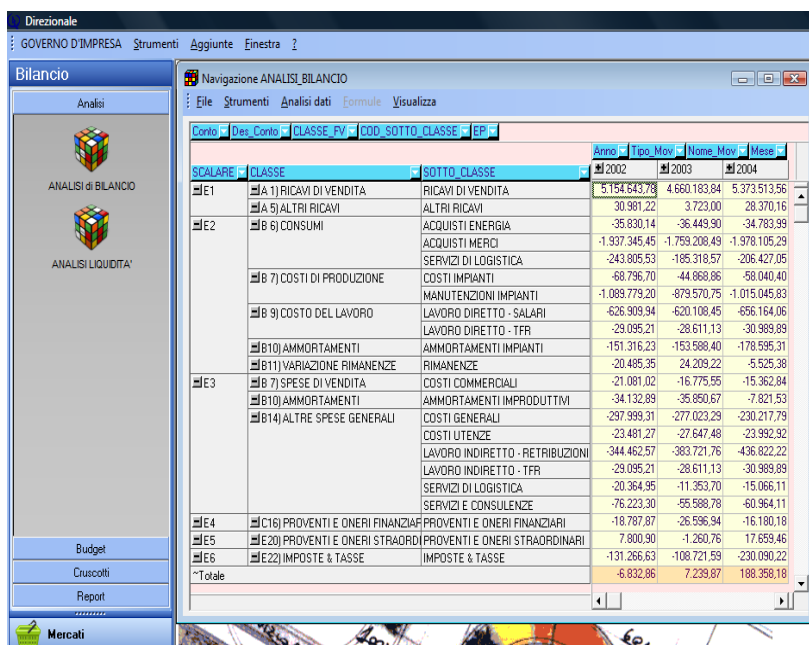
La situazione contabile del periodo viene importata e classificata in una forma scalare secondo gli stessi schemi gestionali azienda.

CO.AN. (contab. analitica)

CO.IND. (contab. industriale)

La contabilità analitica mira al conto economico dei centri di costo (CDC) attraverso un processo di attribuzione dei costi/ricavi.

La contabilità industriale mira al conto economico del prodotto.



Conto	Des. Conto	CLASSE_FV	COD_SOTTO_CLASSE	EP	Anno	Tipo_Mov	Nome_Mov	Mese
SCALARE	CLASSE	SOTTO CLASSE			2002	2003	2004	
E1	A 1) RICAVI DI VENDITA	RICAVI DI VENDITA			5.154.543,79	4.660.183,84	5.373.513,56	
	A 5) ALTRI RICAVI	ALTRI RICAVI			30.981,22	3.723,00	28.370,16	
E2	B 6) CONSUMI	ACQUISTI ENERGIA			-35.830,14	-36.449,30	-34.783,99	
		ACQUISTI MERCI			-1.937.345,45	-1.759.208,49	-1.978.105,29	
		SERVIZI DI LOGISTICA			-243.805,53	-185.318,57	-206.427,05	
	B 7) COSTI DI PRODUZIONE	COSTI IMPIANTI			-68.796,70	-44.868,86	-58.040,40	
		MANUTENZIONI IMPIANTI			-1.089.779,20	-879.570,75	-1.015.045,83	
	B 9) COSTO DEL LAVORO	LAVORO DIRETTO - SALARI			-626.909,94	-620.108,45	-656.164,06	
		LAVORO DIRETTO - TFR			-29.095,21	-28.611,13	-30.989,89	
	B 10) AMMORTAMENTI	AMMORTAMENTI IMPIANTI			-151.316,23	-153.588,40	-178.595,31	
	B 11) VARIAZIONE RIMANENZE	RIMANENZE			-20.485,35	24.209,22	-5.525,38	
E3	B 7) SPESE DI VENDITA	COSTI COMMERCIALI			-21.081,02	-16.775,95	-15.362,84	
	B 10) AMMORTAMENTI	AMMORTAMENTI IMPRODUTTIVI			-34.132,89	-35.650,67	-7.821,53	
	B 14) ALTRE SPESE GENERALI	COSTI GENERALI			-297.999,31	-277.023,29	-230.217,79	
		COSTI UTENZE			-23.481,27	-27.647,48	-23.992,92	
		LAVORO INDIRETTO - RETRIBUZIONI			-344.462,57	-383.721,76	-436.822,22	
		LAVORO INDIRETTO - TFR			-29.095,21	-28.611,13	-30.989,89	
		SERVIZI DI LOGISTICA			-20.364,95	-11.353,70	-15.066,11	
		SERVIZI E CONSULENZE			-76.223,30	-65.588,78	-60.964,11	
E4	C 16) PROVENTI E ONERI FINANZIARI	PROVENTI E ONERI FINANZIARI			-18.787,87	-26.596,94	-16.180,18	
E5	E 20) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	PROVENTI E ONERI STRAORDINARI			7.800,90	-1.260,76	17.659,46	
E6	E 22) IMPOSTE & TASSE	IMPOSTE & TASSE			-131.266,63	-108.721,59	-230.090,22	
**Totale					-6.832,86	7.239,87	188.358,18	

SISTEMA RIBALTAMENTI

Conto	Des_Conto	Importo	%	Driver Ribaltamento
Totale Generale		188.958,18		
301010001	MATERIE PRIME E SUSSID.	-1.480.378,38	100,00	
301010002	IMBALLAGGI	-6.865,03	100,00	
301010003	ACQUISTO ATTREZZ. C/TERZI	-1.098,00	100,00	
301010004	NOLI/MAGAZ.MOVIM.ATTREZZ.	-1.617,58	100,00	
301010005	ROTTAM.RIS.DANNI-MANUT.ESTERO	-2.158,78	100,00	
301010006	MATERIALI DI CONSUMO	-23.286,12	100,00	
301010007	MATERIE PRIME E SUSSID. CEE	-434.750,33	100,00	
301010010	ACQUISTO ROTTAMI	-3.499,71	100,00	
301010011	BENI CONSUMO (-516,46 €)	-24.451,36	100,00	
302010001	LAVORAZIONE DA TERZI	-1.015.045,83	100,00	
302010002	TRASPORTI	-206.427,05	100,00	
302010003	ENERGIA ELETTRICA	-28.785,20	100,00	MAC DIR IND
302010004	GAS	-9.282,39	100,00	MAC DIR IND
302010005	ACQUA	-3.960,64	100,00	MAC DIR STAB
302010006	CANDONI ASSIS./MAN./UTILIZZO	-2.292,53	100,00	MAC STAB1 LINEA1
302010007	TELEFONICHE	-2.342,54	100,00	MAC STAB1 LINEA1 REPI
302010008	ASSICURAZIONI VARIE	-24.570,57	100,00	MAC STAB1 LINEA1 REP2
302010009	CONSULENZA	-19.289,06	100,00	MAC STAB1 LINEA1 REP3
302010011	MANUTENZIONI-RIPARAZIONI	-53.946,52	100,00	MAC STAB1 LINEA1 REP4
302010012	COMPENSI AMMINISTRATORI	-129.114,20	100,00	MAC STAB1 LINEA2 REP
302010013	PUBBLICITA'	-3.890,70	100,00	MAC STAB1 LINEA3 REP
302010014	COMPENSO SINDACI	-18.394,67	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010017	PRESTAZIONI D'OPERA	-3.564,00	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010018	PRESTAZIONI DI SERVIZI	-5.350,27	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010020	CANONI DI ABBONAMENTO	-1.596,55	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010021	MODIFICA-RIPARAZ.ATTREZZ.	-4.093,88	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010023	CONSULENZA GESTIONE PAGHE	-7.272,95	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010027	SMALT. RIFIUTI SPECIALI	-2.551,88	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP
302010028	CONSIGL.FINANZ.INFORM&TIC	-7.744,44	100,00	MAC STAB1 LINEA4 REP

Avendo già a disposizione dei costi “certi” esposti nella situazione contabile, possiamo concentrarci sul metodo e sul sistema di attribuzione (ribaltamento) di quota parte di ciascun costo sui processi che lo hanno assorbito.

Per processo intendiamo la sequenza delle attività che porta alla formazione del prodotto finito passando per ogni singolo reparto/fase (CdC).

Ishikawa ci ricorda che sono **4** le “M” che governano i processi (macchine, materiali, manodopera, metodi) quindi sono 3 le “M” da “mappare”.

L'elenco delle macchine “ubicate”, degli operatori “ubicati”, insieme all'elenco dei materiali assorbiti dai reparti, ci forniranno i cost driver con cui ribaltare ogni singolo costo, conto per conto, livello per livello, fino ad incontrare il prodotto/cliente.

Direzionale mette a disposizione gli strumenti e la metodologia.

COST DRIVER

ANCHE CON GOOGLE EARTH

È l'incidenza con cui ogni componente di costo si rapporta al totale dei costi della stessa natura.

I **cost driver** per le macchine si costruiranno sull'elenco dei consumi a norma delle macchine in uso mentre per il personale sulle retribuzioni mensili una volta “mappato” il posto di lavoro.

Anche **Google Earth** è una sorgente dati preziosa e disponibile per chi opera nella logistica.

cod_linea	costo 2008	Incidenza
LINEA 03	199.972,24	52,930%
LINEA 04	62.688,70	16,593%
LINEA 01	51.032,68	13,508%
LINEA 02	44.288,40	11,722%
LINEA 05	19.825,00	5,247%
Totale generale	377.807,02	



COSTO PRODOTTO VENDUTO

PRODOTTO	SCALARE	CLASSE	SOTTO CLASSE	2008	2009
PRODOTTO 13	E1	RICAVI DI VENDITA	RICAVI DI VENDITA	225.415,18	195.200,72
	E2	COSTO DEL VENDUTO	COSTI IMPIANTI	-10.223,03	-4.851,39
			ACQUISTI	-2.662,93	-2.462,82
	E2	COSTO DEL VENDUTO VARIABILE	COSTO LAVORO DIRETTO	-38.897,17	-27.307,02
			ENERGIA	-836,76	-563,66
			TFR LAVORO DIRETTO	-19,88	-34,81
			AMMORTAMENTI IMPRODUTTIVI	-431,67	-229,35
			CONSULENZE	-982,84	-786,55
	E3	COSTI DI STRUTTURA	COSTI COMMERCIALI	-5.046,99	-2.734,75
			COSTI GENERALI	-5.735,02	-3.728,42
			COSTO LAVORO INDIRETTO	-17.937,13	-10.735,73
			LOGISTICA	-109,82	-48,56
			UTENZE	-992,70	-429,16
	E4	IMPOSTE & TASSE	IMPOSTE & TASSE	-2.539,37	
			ONERI FINANZIARI	-106,61	-24,64
	E5	ONERI FINANZIARI	ONERI FINANZIARI	-175,80	-161,16
			ONERI FINANZIARI ESPlicitAMENTE ONEROSI	-409,92	-107,04
E6	PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	PROVENTI E ONERI STRAORDINARI	786,67		
E6	RICAVI DI VENDITA	RICAVI DI VENDITA	-13.827,89	-2.385,37	
E6	IMPOSTE & TASSE	IMPOSTE & TASSE	125.260,34	128.610,29	
*Totale					

Una volta tracciato il percorso dei ribaltamenti da fare, conto per conto, livello per livello, seguendo la struttura dei processi aziendali, applicheremo questo modello di ripartizione ai saldi del conto economico di periodo. Otterremo il conto economico, anche riclassificato, di ogni livello della struttura aziendale e potremo analizzare i costi per: **prodotto** (consentendo l'analisi per margini nei processi di vendita) e **cliente/tipologia di clienti**, (per valutare politiche di "pricing" che tengano conto dei servizi erogati e del relativo valore aggiunto).

Disponendo di una contabilità analitica avremo il vantaggio di non dover ribaltare le registrazioni di costi diretti con la possibilità, in seguito, di proseguire fino al prodotto/cliente.