

Partnership Sinfo One-Selerant per diffondere il PLM nel Food

La software house di Parma diventa il partner dell'azienda specializzata in software per la gestione del ciclo di vita del prodotto

Intervista a Paola Pomi, Direttore Generale di Sinfo One

di Werther Rossini

Gestire l'intero ciclo di vita del prodotto, tenendo sotto controllo tutte le fasi che lo caratterizzano, dall'idea fino alla sua dismissione, passando ovviamente dallo sviluppo e dal lancio sul mercato. Se industrie come l'Automotive e la Meccanica (giusto per citarne due) sono all'avanguardia nell'adozione di soluzioni di Product Lifecycle Management (PLM), altri settori sono in ritardo. Un esempio è il Food che ancora deve comprendere i vantaggi della gestione del ciclo di vita del prodotto soprattutto per quanto riguarda gli aspetti che si legano all'innovazione. Il mercato del PLM per il Food è quindi (quasi) inesplorato e Sinfo One, software house di Parma da sempre in prima fila per sostenere le aziende nel loro percorso di innovazione, ha di recente firmato una partnership con Selerant candidandosi

a diventare il system integrator di riferimento per il PLM in questo settore sia in Italia (è l'unico partner nel nostro Paese dell'azienda specializzata in software per la gestione del ciclo di vita del prodotto) sia a livello internazionale.

Come spiega a *Sistemi&Impresa* **Paola Pomi, Direttore Generale di Sinfo One**, l'obiettivo è "portare, con ancora più energia, la cultura dell'innovazione nelle imprese del Food", per "aumentare il livello dell'automatizzazione" nelle organizzazioni.

Così, oltre al ruolo di system integrator specializzato in ERP per vari settori industriali – attraverso il gestionale proprietario Si Fides – e a quello di consulenza per il PLM come Gold Partner Oracle (posizione rafforzata dalla joint venture Redfaire International, che riunisce i principali

PAOLA POMI

Moglie, madre e manager di 43 anni, Paola Pomi vanta l'esperienza in direzione di impresa in aziende di IT: è Vicepresidente e Direttore Generale Sinfo One, il system integrator che si sta affermando in tutto il mondo per le significative competenze nei processi e challenge del settore Food & Beverage. Dopo aver contribuito a creare il team di Sinfo One, Pomi ha ancora molte ambizioni, sogni e capacità di leadership.

È esperta di gestione progetti che vedono protagonisti team di grandi dimensioni nazionali e internazionali; vanta una solida esperienza di processi aziendali, in particolare nei settori produttivi e distributivi.

Tra le varie competenze, Pomi è considerata un punto di riferimento per l'implementazione di sistemi ERP (Enterprise Resource Planning), PLM (Product Lifecycle Management), BI (Business Intelligence) e per studio di soluzioni custom e innovative sia sul mercato nazionale sia estero.

Il Direttore Generale di Sinfo One ha un'esperienza consolidata di vendita di progetti complessi, nazionali e internazionali, con forte connotazione innovativa, in termini di tecnologia, modalità di implementazione e mercato. Da non trascurare la grande abilità di Pomi nella comprensione delle necessità e della relazione con i maggiori clienti.

partner di consulenza Oracle worldwide, tra cui Sinfo One), ora la software house di Parma offre un nuovo strumento in grado di soddisfare le sempre crescenti necessità dei clienti: “Ci proponiamo come partner con più soluzioni a portafoglio che ci proiettano ancor più in prima linea nell’ambito della consulenza grazie alla capacità di sapere trovare soddisfazione alle richieste delle imprese”. Selerant, infatti, propone PLM specifici per il Food, il Chimico e il Farmaceutico: industry nelle quali Sinfo One ha già un ottimo posizionamento e sulle quali è intenzionata a proporre l’introduzione delle nuove soluzioni. “Il beneficio della partnership è reciproco”, prosegue Pomi. “Sinfo One ha una forte focalizzazione nel Food e non ha una soluzione proprietaria in ambito PLM, mentre Selerant ha un’ottima gamma di prodotti con numerose funzionalità”. Che, aggiungiamo, ben si conciliano con un settore che deve esplorare le potenzialità del PLM.

Gestire l'intero ciclo del prodotto Food

In Italia, infatti, sono migliaia le aziende del Food (limitandosi a considerare le sole imprese con oltre 50 milioni di fatturato) che potrebbero trarre benefici dall’utilizzo del PLM. “Il primo obiettivo è diffondere la cultura della gestione dell’intero ciclo del prodotto, spiegando agli imprenditori il vantaggio di affidarsi a un sistema appositamente studiato per supportare tutti i processi di innovazione, qualità e R&D”, aggiunge Pomi.

Il PLM in ambito Food ha specifiche caratteristiche in grado di soddisfare le necessità delle organizzazioni attraverso quattro ambiti: Global Specification Management; New Product Development; Controllo qualità e non conformità; Gestione del portale fornitori.

Il Global Specification Management è il cuore del PLM per il Food, perché contiene le specifiche degli ingredienti, dei semilavorati, dei prodotti finiti e anche del packaging. “In questo settore non basta avere la visibilità di ogni singolo item, ma serve specificarne ogni aspetto, perché può avere un impatto sul prodotto finale”, spiega il Direttore Generale di Sinfo One, specificando come con il PLM si abbia chiarezza “dell’intero processo” le cui specifiche “sono note in tutti i passaggi”. Un esempio? Si pensi alla ‘farina’, che può essere di varie tipologie, ma può an-



che essere stata consegnata da un fornitore che nel suo stabilimento contiene alcuni specifici allergeni e di conseguenza è necessario segnalarlo in etichetta, ma pure tenerne conto durante il processo di lavorazione del prodotto. Oppure si consideri il colore del prodotto finale: un dettaglio non banale che può influire sul suo successo. Per esempio il consumatore si aspetta tradizionalmente che la carne panata abbia un particolare colore giallo e se questo risulta più ambrato non lo compra; o ancora si pensi al classico colore ‘rosa’ del prosciutto: chi non diffida di un rosa troppo tenue o, al contrario, troppo acceso? Poi c’è il tema del packaging; in questo caso è, per esempio, la tipologia di pellicola plastificata utilizzata a incidere sul prodotto stesso.

“La gestione delle specifiche, però, è fondamentale soprattutto nella creazione delle formule-ricette innovative”, prosegue Pomi. Difficile non immaginare come

DAL 2012 SINFO ONE IN PRIMA LINEA SUL PLM

Sinfo One investe in ambito PLM sin dal 2012: il team della software house dedicato a questa tematica è composto da una decina di persone, ma tra gli obiettivi dell'azienda c'è la volontà di inserire nuove figure (+40%) nell'arco di 18 mesi. Secondo quanto comunicato da Sinfo One, il fatturato della practice PLM è stato sviluppato per il 70% circa all'estero, con colossi del Food quali il gruppo Intersnack.

Sul PLM, l'azienda guidata dalla famiglia Pomi è sponsor dello user group PLM Oracle EMEA. La software house di Parma promuove, anche attraverso corsi finanziati, formazione manageriale sul tema PLM in Italia.

Nel 2016 Sinfo One è entrata a far parte di Redfaire International, la joint venture che riunisce i principali partner di consulenza Oracle worldwide.

www.sinfo-one.it

un minimo cambiamento possa influenzare il risultato finale. E qui entra in gioco il secondo aspetto del PLM per il Food.

Il New Product Development riguarda infatti l'organizzazione dei processi: consente di definire il workflow per coinvolgere tutte le classiche funzioni chiamate a dare il proprio contributo nel processo d'innovazione (marketing strategico, ricerca e sviluppo, qualità, costing, industrializzazione...) e si riallaccia al Global Specific Management per l'impatto delle 'novità' sugli ingredienti e sul prodotto finito.

Da non sottovalutare, nella gestione del ciclo di vita del prodotto, il Controllo qualità (legato alla Ricerca e Sviluppo) e di non conformità del fornitore: questo ambito permette di tenere traccia della qualità di ogni fornitore, consentendo di lanciare eventuali alert in fase di creazione di prodotti o addirittura di 'fermare' un fornitore.

Infine un sistema PLM offre la Gestione del portale fornitori, strumento utile nel quale ogni fornitore propone le specifiche tecniche dei prodotti solitamente attraverso file Excel con circa 100-150 attributi che poi devono essere riportati a mano nel gestionale. "Il PLM permette di generare 'tender' con tutti i parametri che devono essere soddisfatti da inviare ai fornitori che rimanderanno all'azienda un documento che il sistema è in grado di analizzare, eventualmente segnalando anomalie", precisa il Direttore Generale di Sinfo One.

Facile integrazione PLM-ERP

Visto che il PLM nel Food è ancora poco diffuso, ci si chiede in che modo le aziende gestiscano al momento questi aspetti. "La maggior parte delle aziende che non hanno uno strumento PLM riportano tut-

te le informazioni degli ingredienti e dei prodotti su Excel, in cartelle di Rete condividendo le informazioni via email", ammette Pomi. Quando la ricerca e sviluppo ha portato a termine il prodotto, le informazioni sono poi riportate nell'Enterprise Resource Planning (ERP). Quindi un sistema ERP può supplire alla mancanza del PLM? "L'ERP è in grado di contenere tutte le informazioni legate ai processi di business rilevanti di un'azienda, come vendite, acquisti, gestione magazzino, contabilità ecc., ma non può essere usato dalla Qualità o dalla Ricerca e Sviluppo né tantomeno contenere le specifiche di ogni singolo ingrediente o fornire le informazioni di valori nutrizionali e scheda tecnica del prodotto", dice il Direttore Generale dalla software house di Parma.

Anche perché in fase di nuove creazioni di prodotto, molte ricette non vedranno mai la luce e quindi tutte le informazioni legate a questi progetti sono destinate a perdersi se non ci si è dotati di un PLM, che, al contrario dell'ERP, tiene traccia di certi aspetti fornendo precise indicazioni per le innovazioni future. "L'integrazione PLM-ERP è semplice", puntualizza Pomi. "Se l'ERP offre il costo dell'articolo, il PLM permette di conoscerne le specifiche".

Grazie alla partnership con Selerant, Sinfo One punta a continuare la sua crescita in termini di ampliamento della clientela e di fatturato: "Il prodotto che proponiamo è in linea con le PMI perché flessibile e questo aspetto è in grado di aprirci un nuovo importante mercato". Tra i vantaggi offerti c'è di certo anche la scalabilità della soluzione, che rende il progetto ideale anche per le aziende di dimensioni più contenute. "Da questa partnership ci aspettiamo una crescita importante del nostro business", chiosa Pomi.