



Chasing the future

Gli ingredienti (digitali) del successo secondo Sinfo One

Trovare la giusta strada per **rafforzare e acquisire la fiducia dei consumatori** è il punto focale di ogni strategia messa in campo dalle aziende del food. Non ci sono 'ricette' univoche, ma è fondamentale innovare costantemente, comunicare il valore dei prodotti e **disporre di validi strumenti di gestione, controllo e analisi su tutta la filiera**.

È su questi assunti che si basa la filosofia di **Sinfo One, player di riferimento nell'Information Technology**: "Servono mani esperte e strumenti specifici sia per catturare dati lungo tutta la supply chain sia per gestire le specifiche di ingredienti e formulazioni dei prodotti – afferma Paola Pomi, CEO di Sinfo One -. Così come occorrono tool ed esperienza per la trasformazione di questa 'materia prima digitale' in informazione, conoscenza, e narrazione al consumatore".

TRACCIABILITÀ E CONTROLLO

In un mondo sempre più connesso e veloce, dove anche un piccolo errore può rimbalzare in pochi minuti da una parte all'altra del globo e creare un problema mediatico, **sono richieste procedure di controllo e informazioni sicure e aggiornate in diversi ambiti**: materie prime, fornitori, supply chain, filiera. "Servono strumenti IT specifici – sottolinea Pomi -, capaci di tracciare tutto ciò che avviene nel perimetro aziendale: dalla materia prima al prodotto finito. Noi mettiamo a disposizione dei nostri clienti **strumenti che tracciano l'intera filiera produttiva (dal seme allo scaffale), ma anche tutti i tempi dall'arrivo della materia prima principale al suo utilizzo**. L'obiettivo? Comprendere al meglio i processi della supply chain e abbattere i tempi di attesa che, specie in determinati settori, fanno perdere freschezza agli ingredienti e impattano sulla qualità del prodotto finito".



INNOVAZIONE AL SERVIZIO DEI CONSUMATORI

L'innovazione di prodotto è fondamentale per le aziende del F&B, ma **le sfide del product lifecycle management sono aumentate notevolmente in termini di complessità**: cicli di vita dei prodotti più corti, necessità di contenimento dei costi delle attività di R&S, normative diverse con frequenti cambiamenti a seconda dei paesi di destinazione. "Ecco perchè diventa fondamentale **un'ottima progettazione dei prodotti fin dalla loro ideazione** – aggiunge Pomi -, con una visibilità ampia e in tempo reale delle implicazioni della ricetta: valori nutrizionali, allergeni, claim utilizzabili, eventuali contaminanti, simulazioni di costo e dei tempi per arrivare allo scaffale".

RACCONTARE IL PRODOTTO

L'ultimo tassello, non certo per importanza, di una strategia differenziante è legato alla comunicazione del valore dei prodotti al consumatore finale: 'nutrire' la sua fiducia attraverso la narrazione della qualità di una referenza. **Sinfo One ha soluzioni (sia tradizionali sia in blockchain) per illustrare l'originalità e la qualità del prodotto al consumatore** che sta controllando un'etichetta. Quali? Ad esempio, grazie ad applicazioni specifiche alle quali passare i dati presenti sulla confezione, è in grado di fornire informazioni riguardo all'allevatore o all'agricoltura di provenienza di un prodotto.

Scopri di più su www.sinfo-one.it