

A portrait of Paola Pomi, a woman with long brown hair and bangs, wearing a black top and a gold watch. She is sitting at a bar with several bottles of wine or spirits in the foreground and background. The lighting is soft, highlighting her face.

**PAOLA POMI**

La situazione economica attuale può offrire alcune alternative alle imprese che vogliono puntare sull'innovazione attraverso l'IT. **Sinfo One**, che quest'anno spegne 30 candeline, fornisce il suo supporto e servizi perché si possano realizzare progetti all'avanguardia ed efficienti

# IL GIUSTO EQUILIBRIO

**A**ll'ingresso della sede di Sinfo One è esposto un quadro intitolato Time - Vortice. Sul sito dell'autore, Marcello Bersini, viene descritto come un gioco sulla ricerca di equilibri pittorici ispirati dagli squilibri economici in atto... E l'equilibrio è proprio una delle regole sulle quali la società con sede a Parma, che quest'anno compie 30 anni (all'inizio si chiamava Sinfo Pragma), fonda da sempre la sua proposta per mantenere una crescita costante così come consentire ai suoi clienti di rendersi efficienti e cogliere nuove opportunità, grazie alle soluzioni IT; ancor più in un momento economicamente difficile e sfidante come quello attuale. Il tutto operando in veste di consulenti, system integrator e outsourcer. "In un mercato in contrazione noi ci stiamo espandendo ancora, mantenendo una linea di equilibrio con il passato e acquisendo una forza ulteriore per poter continuare a credere in quanto facciamo e a investire in nuove tecnologie e soluzioni destinate a soddisfare le esigenze specifiche dei clienti", spiega Paola Pomi, Direttore Generale di Sinfo One. "In particolare, quest'anno sono emerse alcune opportunità importanti paradossalmente proprio per via della non facile situazione economica generale, e che noi abbiamo deciso di proporre attraverso un ventaglio di leve competitive per i due settori di nostro riferimento - Engineering-to-Order e Food and Beverage - mantenendo sempre bene al centro il tema dell'innovazione".

Nel primo settore si parte dalla constatazione che, in momenti come questi, le imprese difficilmente sono disposte a spendere per la realizzazione di nuovi impianti, per cui per i fornitori è possibile individuare nella parte dei servizi di manutenzione e garanzia quella chiave di volta in grado di far crescere, prendendo in carico anche eventuali sistemi realizzati dalla concorrenza, e di mantenersi in equilibrio in un momento di difficoltà. "Se da un lato questo nuovo impegno aumenta la com-

plexità di gestione - ad esempio in termini di squadre da inviare sul campo, costi di trasferta e fatturazioni particolari, oltre che la necessità di avere un magazzino ricambi ben fornito - dall'altro permette però di aumentare i ricavi avendo nel contempo la possibilità di essere presi in considerazione per le nuove installazioni richieste nel momento in cui avverrà la ripresa", sottolinea Pomi. E qui entrano in gioco soluzioni in grado di risolvere e supportare nuovi processi e complessità.

"Passando al Food and Beverage, vogliamo anche in questo caso essere estremamente proattivi relativamente alle problematiche dei nostri clienti, non seguendo solo quelli che sono i 'maldipancia' che esprimono direttamente con la loro voce. Se per il primo settore di riferimento l'intervento è quindi concentrato sulla modalità di lavoro - spostando l'attenzione del core business dal manufacturing al servizio - sul Food and Beverage innovazione vuol dire innanzitutto parlare di project management, ancor più in un momento in cui non si può più perdere tempo e, quindi, occasioni".



**Abbiamo clienti che ci contattano con determinate richieste e individuano solo una parte del problema, che magari è generato altrove. La nostra storia ci permette di capire dove bisogna effettivamente intervenire**



## Chi è Paola Pomi

Paola Pomi, classe 1973, è Vice Presidente e Direttore Generale di Sinfo One. Laureata in Ingegneria Elettronica all'Università degli Studi di Parma, master in Controllo di Gestione alla Bocconi di Milano, è entrata in azienda nel 1998, all'età di 24 anni, come consulente applicativo su progetti Erp. L'ambito finance, volutamente lontano dall'indirizzo degli studi, è stata la sua prima sfida, passando negli anni attraverso i ruoli di Team leader Finance e Project Manager. Dal 2004 al 2010 ha ricoperto il ruolo di Responsabile della prevendita, dell'innovazione e dell'offering in qualità di Innovation Manager e Innovation leader, pur rimanendo legata al delivery come quality assurance dei progetti. A novembre 2010 ha assunto la vice presidenza di Sinfo One e a settembre 2011 la Direzione Generale. Paola Pomi ha 3 figli di 9, 7, e 1 anno.

### PIÙ FASI PER UN LANCIO

Per comprendere nel dettaglio che cosa Sinfo One intende bisogna innanzitutto conoscere come opera il settore alimentare quando deve lanciare un nuovo prodotto sul mercato, e le diverse aree di intervento, dal marketing strategico alla ricerca e sviluppo, alla qualità, fino all'ingegneria di produzione, il costing, e le normative. "Il problema - spiega Pomi - è che il progetto, per riuscire al meglio, deve prevedere una collaborazione in tempo reale e un allineamento delle parti coinvolte per poter accorciare in modo decisivo il time-to-market. Un secondo elemento di complessità è invece legato al fatto che in questi progetti non si deve semplicemente gestire un'idea di innovazione, ma anche tenere conto delle peculiarità ben precise del settore". Per fare un esempio, le etichette devono esplicitare informazioni quali valori nutrizionali o intolleranze alimentari, con le normative che possono variare a seconda delle zone

dove si andrà a distribuire il prodotto. Oppure si devono gestire le certificazioni dei fornitori e il tracciamento delle materie prime che producono. In un scenario di questo tipo entra in gioco la possibilità di servirsi di soluzioni di comunicazione che permettano, in modo semplice e preciso, un allineamento delle informazioni attraverso l'implementazione, ad esempio, di un portale dei fornitori, snellendo il processo interno sulla parte acquisizione materiale. "Si tratta di operare un controllo più strutturato delle comunicazioni, di un valore aggiunto che va portato nelle società del settore alimentare per poter sostenere l'innovazione con dei costi inferiori rispetto a prima", aggiunge Pomi.

### A CIASCUNO IL SUO PROGETTO

Andando nel dettaglio della strategia di Sinfo One, tutto parte dal fatto che ogni cliente ha le proprie esigenze e peculiarità ben definite e, quindi, va ascoltato facendo tesoro delle esperienze analoghe che la società parmense ha sviluppato lavorando su altre realtà dello stesso settore. "In sostanza abbiamo clienti che ci contattano con determinate richieste e individuano solo una parte del loro problema, che magari è generato altrove. E la nostra storia pluriennale ci permette di capire dove bisogna effettivamente intervenire, perché molto spesso manifestano una esigenza legata al gestionale, ma che in realtà risiede in mancanze a livello di gestione del ciclo di vita del prodotto".

Operativamente Sinfo One si distingue quindi per avere una forte squadra di consulenti interni focalizzati espressamente sui due settori di riferimento, avendo poi ampliato le proprie competenze oltre quelle storiche Erp per poter proporre una soluzione realmente completa. "Facciamo un paragone con la medicina quando ci si rivolge esclusivamente a uno specialista di un singolo problema, che prescrive quel dato farmaco, quando la malattia potrebbe invece essere un'altra. Noi negli ultimi 10 anni abbiamo invece continuato sì a presidiare il tema storico Erp sviluppando però nel contempo anche competenze che riguardano il Web content management, la Business Intelligence, il Crm, il performance management e il Plm", spiega Pomi.

Affidandosi a loro il cliente può quindi rivolgersi a un unico partner che, in modo organico e armonico, mette insieme competenze e soluzioni curando direttamente la realizzazione e complessità della parte di back office che rimane nascosta all'utente finale al quale appare invece tutto trasparente e semplice. "Stiamo lavorando in modo energico per far sì che le varie soluzioni mantengano un livello di fruibilità lato utente molto buona, integrandole grazie a una logica di non ridondanza basata sui Web services", continua Pomi. "Questi ultimi,

evitando la replica delle logiche di calcolo e mettendo in comunicazione le diverse soluzioni, mantengono la coerenza del dato scambiato e la massima flessibilità, come se fosse tutto un unico ambiente nativo dotato di un perfetto equilibrio”.

La strategia di proposta ha previsto, contemporaneamente, anche l'evoluzione verso il mondo mobile, all'interno del quale i Web services vanno in questo caso a colmare un gap applicativo e funzionale. “Non parliamo solo di Erp ma, ad esempio, anche di Business Intelligence, portando sui dispositivi la possibilità di navigare fra i diversi indicatori a disposizione per poi generare una visione più complessa in base a ciascuna esigenza”, aggiunge la manager italiana. E ancora, il mobile si è allargato anche sul tema del procurement, introducendo quella tempestività indispensabile per poter effettuare le approvazioni necessarie a compiere la scelta più corretta nel minor tempo possibile. Il tutto reso disponibile su dispositivi come smartphone e tablet in modo nativo. Un altro tema sul quale Sinfo One lavora è infine quello della dematerializzazione della documentazione coinvolta nel processo di qualità che, nella filiera del Food and Beverage, riveste un aspetto molto importante. “Abbiamo clienti partiti da migliaia di documenti cartacei catalogati e poco fruibili. Con gli strumenti informatici che proponiamo si possono invece effettuare ricerche attraverso lotti di prodotti, certificazione delle materie prime all'interno di quel dato lotto, e visualizzare il documento firmato in modo digitale. Quindi le informazioni

gestite prima manualmente ora sono rese immediatamente fruibili a fini di certificazione e statistici. Anche qui, di nuovo, anche in modalità mobile”.

### LE LEVE NECESSARIE

In tutto questo la tecnologia deve essere considerata uno strumento attraverso il quale si può ottenere un risultato, a patto però che ci si affidi anche ad altre due leve: organizzazione e processi, che non possono più stratificarsi in modo irrazionale. “Quando il mercato cambia imponendo nuove regole - sottolinea Pomi - le organizzazioni finiscono per aggiungere dei pezzi, senza pensare prima a che cosa effettivamente integrare e con quali modalità”. Un messaggio che Sinfo One porta da qualche stagione anche all'estero dove sta raccogliendo buoni risultati grazie a un approccio che contempla in primo luogo la riorganizzazione dei processi del cliente. “In definitiva è un percorso che si fa assieme perché quest'ultimo possa capitalizzare al meglio l'investimento. La soluzione IT, da sola, non fa infatti la differenza”, conclude Pomi.

---

---

Le opinioni riportate sono riferibili esclusivamente alla persona o organizzazione che le ha espresse; esse, inoltre, non impegnano e non sono fatte proprie né da Executive.it né da Gartner Italia, che non esprimono in questa sede giudizi sui prodotti o servizi oggetto di tali informazioni, tantomeno assumono responsabilità o garantiscono in alcun modo la veridicità delle stesse.

## Chi è Sinfo One

Sinfo One opera nell'Information Technology con soluzioni per la gestione d'impresa, consulenza direzionale, organizzativa e tecnologica, system integration e servizi di outsourcing. Nell'approccio in “stile Sinfo”, qualsiasi progetto IT, per essere efficace, non può prescindere da una profonda conoscenza del business del cliente, né dall'innovazione organizzativa.

Analisi, affidabilità, soluzioni su misura e misurabili sono concetti chiave che guidano la collaborazione con le aziende clienti, solitamente realtà medio-grandi operanti in tutti i settori di mercato, ma con una prevalenza dei settori Food & Beverage ed Engineering To Order (Eto). È tradizionalmente in questi due settori, caratterizzanti del distretto industriale di Parma dove l'azienda è nata, che Sinfo One offre un valore unico e distintivo, per profondità di conoscenze disponibili e per tipologia di esperienze maturate sul campo, attraverso soluzioni specifiche e integrate a Business Intel-

ligence, Enterprise Performance Management, Product Lifecycle Management, Customer Relationship Management, Sistemi di Pianificazione e Enterprise Content Management basate sulla piattaforma Erp proprietaria Si Fides e sulla piattaforma Oracle JD Edwards Enterprise One.

La collaborazione con Oracle è un aspetto importante. Sinfo One è Gold Partner Oracle e partner di riferimento come attestano due importanti riconoscimenti: Partner of the Year 2010 per la categoria Midsize Partners nell'ambito degli Oracle Partner Specialization Awards per la regione Emea; Oracle Excellence Award PLM 2013, per la forte expertise dimostrata sull'innovativa piattaforma Oracle Agile for process. Grazie a questa competenza Oracle si affida a Sinfo One per lo sviluppo dei progetti PLM più innovativi e sfidanti nel settore Food & Beverage in tutta Europa. Sinfo One ha sede a Parma, i dipendenti sono 110, 120 i clienti e il fatturato nel 2012 è stato di 10 milioni di euro. [www.sinfoone.it](http://www.sinfoone.it)