

<https://www.paroledimagement.it/impreseda-report-sinfo-one-innovazione-persone-e-territorio/>

03 novembre 2020



Imprese da Report – Sinfo One: Innovazione, persone e territorio

Sinfo One è un'azienda in continua evoluzione e **protagonista di una crescita costante**: il 2018 si è chiuso con +10 rispetto al 2017, dopo che nel 2016 il fatturato aveva raggiunto quasi quota 15 milioni di euro.

Restano ben fermi i suoi valori – e quelli della **famiglia Pomi, da sempre ai vertici dell'organizzazione** – che partono dall'attenzione per le persone e passano per la cura per il territorio.

Nei suoi 35 anni di storia, la software house emiliana si è sempre più consolidata fino a essere oggi uno dei **punti di riferimento in ambito Enterprise Resource Planning (ERP), Product Lifecycle Management (PLM) e Business Intelligence** come vendor o come system integrator.

Sinfo One affronta un **panorama, sempre più volatile, incerto, complesso e ambiguo**, puntando sull'innovazione e sulla crescita.

A dare un'ulteriore spinta è un capitolo recente della storia imprenditoriale della famiglia Pomi: **nel 2018 l'azienda ha accolto nel suo capitale Tönnies** (leader mondiale nella lavorazione della carne) e **il Fondo Agroalimentare Italiano I** (di proprietà della holding francese Unigrains), diventati soci di minoranza della software house di Parma.

A raccontare la storia di Sinfo One è la stessa Pomi, diventata nel nuovo assetto societario Amministratore Delegato. E a *FabbricaFuturo.it* racconta il modello organizzativo, il suo stile manageriale, la strategia di gestione delle persone, gli sviluppi del mercato e l'impegno sociale e nello sport.

1. LA STORIA

Quella di Sinfo One è una **storia d'impresa di famiglia con il padre Rosolino Pomi** – insignito della carica di Cavaliere all'Ordine della Repubblica italiana nel 2017 – che ha trasmesso la passione imprenditoriale alle figlie Paola (AD) e Patrizia (Consigliere). Come detto, però, a segnare l'accelerazione dello sviluppo dell'azienda è stato **l'ingresso dei due soci nel capitale** che, come dice Paola Pomi, permette di **superare qualche pregiudizio da parte di alcune realtà** (soprattutto estere) che consideravano l'azionariato familiare un limite dell'organizzazione.

2. IL MODELLO ORGANIZZATIVO

Alla base del modello organizzativo dell'azienda c'è lo **'Stile Sinfo One', comune a tutti i livelli e rappresentato dal colore arancione**, che trasmette "positività ed energia". Questi valori sono fondamentali nella ricerca delle persone da inserire che, in particolare nel mondo della consulenza, devono **aver voglia di "mettersi in gioco"**. In aiuto delle nuove risorse c'è il Sinfo College, un percorso di quattro-cinque settimane che oltre ai moduli tecnici, prepara alla gestione della relazione con il cliente. Ma **tutti sono costantemente chiamati ad alimentare i valori aziendali**. Anche l'AD che, nonostante l'esperienza e il suo ruolo al vertice, si rimette continuamente in gioco: "A fianco dell'organizzazione gerarchica classica, nella quotidianità **ognuno è parte attiva del 'puzzle' e offre il proprio apporto innovativo** rispetto alla sua area di competenza".

3. LO STILE MANAGERIALE

In Sinfo One è fondamentale il team e fidarsi dei colleghi, perché **"nessuno può considerarsi un singolo che opera in autonomia"**.

A contraddistinguere lo stile manageriale di Pomi sono quindi valori che si conciliano con questa visione. **"Serve intelligenza emotiva, umiltà e ambizione"**, dice l'AD. "L'intelligenza del capo si riflette nella sua capacità di far emergere i talenti e dei collaboratori; e questo avviene solo se si è umili".

4. LA CULTURA AZIENDALE

Tra i valori di Sinfo One **al vertice c'è la cura delle persone**. E la struttura di cui si è dotata l'azienda – "I nostri Service Line Manager sono anche i Responsabili HR delle diverse unità e hanno il compito di trasmettere i valori e il modo di operare di Sinfo One" – riflette questa attenzione. Proprio per dare concretezza a questa scelta, nell'organizzazione le **nuove risorse impegnate sui progetti sono seguite dai 'Tutor'**, che devono "avere un'alta intelligenza emotiva" per aiutare le persone a dare "il proprio contributo unico e irripetibile" e per interpretare lo scenario secondo il modello di Sinfo One.

5. LA GESTIONE DELLE PERSONE

Per alimentare lo ‘spirito di gruppo’, Sinfo One ha addirittura creato un hashtag sui social (**#vitadaSinfo**) per “testimoniare che anche nei momenti sfidanti è necessaria un po’ di leggerezza”. In fondo, confessa Pomi, le sfide “non sarebbero tali se non imponessero il **superamento di momenti difficili**”. E queste storie sono condivise dai team e raccontate anche nei Sinfo College, un modo per (ri)analizzare un processo: “Anche i capi azienda dovrebbero aver la capacità di estraniarsi dalla quotidianità e **provare a guardare le cose in modo diverso**”.

6. IL MERCATO

A caratterizzare la crescita dell’azienda sono le **attività all’estero**: il fatturato estero ha raggiunto il **21% del totale** attraverso la fornitura di servizi a società che nulla hanno a che fare con aziende italiane. Tra gli ultimi clienti acquisiti ci sono due realtà australiane, che si sommano a un cliente della Nuova Zelanda. “**Siamo andati alla conquista dell’Oceania**”, scherza Pomi.

Per raggiungere questi risultati, il system integrator ha puntato sulla “**partecipazione agli eventi internazionali**”, che ha consentito di “entrare in contatto con grandi aziende multinazionali”. Ma la famiglia Pomi non ha dimenticato il parco clienti, dove investe costantemente per portare i vantaggi della **Digital transformation**.

7. LE NUOVE FRONTIERE DELL’ERP

Come detto, **Sinfo One è le realtà di riferimento di tecnologie come l’ERP**, che nel tempo si stanno sempre più adeguando alle necessità del mercato. Nonostante le soluzioni proposte – SiFides e Oracle JD Edwards – siano già in grado di soddisfare le esigenze dei clienti, nell’ultimo anno Sinfo One si è concentrata **nell’aggiornare ancor di più i prodotti**, coinvolgendo anche i clienti – attraverso gli User Focus Group – nell’individuazione delle nuove aree di investimento. “**Abbiamo implementato nuove tecnologie che permettono di attivare Robotic Process Automation**”, spiega Pomi. In pratica si consente – attraverso tool intuitivi e semplici – di “**creare procedure per svolgere azioni in modo automatico** a fronte di particolari situazioni decise dall’utente”. Inoltre, sempre in ambito ERP, i gestionali si stanno sempre più aprendo al campo e alla Supply chain, tanto che le soluzioni possono integrare le informazioni che arrivano dai dispositivi IoT.

8. LE NUOVE TECNOLOGIE

Una novità riguarda le **analisi dei dati inviati dai dispositivi IoT**, che non rientrano solo nel tema dell’automatizzazione dei processi, ma soprattutto offrono l’occasione di raccogliere le informazioni per capire come si evolveranno gli eventi nel futuro. “In questo ambito ci siamo attivati per **l’analisi dei dati IoT con l’Intelligenza Artificiale e il Machine learning**”, spiega Pomi. Secondo la quale la nuova frontiera non sono i Big data, ma i **Fast data**, cioè “**l’analisi in tempo reale dei dati**”, che si deve conciliare con il tema di quali dati si vogliono analizzare e quali invece possono essere bypassati. Inoltre i dati servono per l’analisi dei comportamenti dei consumatori e per **conoscere meglio i trend dei consumatori**, arrivando a profilare con precisione le tendenze del mercato”.

9. L'INNOVAZIONE

I team per Sinfo One sono centrali anche per promuovere l'innovazione. In questo caso la software house di Parma ha lavorato per **“creare gruppi di lavoro non omogenei”**, partendo dal presupposto che **“più disomogenee le squadre e più sono in grado di far nascere idee innovative”**, in particolare in ambito Ricerca e Sviluppo.

10. SPORT E RESPONSABILITÀ SOCIALE

Da sempre appassionati di pallavolo, da tempo **Sinfo One è sponsor della squadra di volley femminile di Casalmaggiore** che dopo un periodo 'difficile' sta oggi tornando a macinare successi. Ma l'attenzione dell'azienda della famiglia Pomi è rivolta in particolare a **sostenere il territorio**, fedeli all'idea che **“un'azienda non deve solo pensare a fare profitto, ma deve ritagliarsi anche i momenti per dare qualcosa”**. E quindi ecco che in questo senso vanno letti i progetti di cui Sinfo One è partner, come quelli a **sostegno delle scuole e delle università con le borse di studio per studenti e laureati**. Ma non meno importante è l'impegno nei confronti di altre associazioni territoriali che, per esempio, si occupano dell'integrazione dei ragazzi diversamente abili, mettendo a valore le loro capacità.