

# DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DELL'INFORMATION & COMMUNICATIONS

COVER STORY

## Sinfo One Il lievito software di Italtpizza

Andrea Bondioli direttore generale di Italtpizza - Paola Pomi CEO di Sinfo One

**TAVOLA ROTONDA** IL FUTURO DEL RETAIL TRA EMERGENZA E CAMBIAMENTO  
**CYBERSECURITY** INFRASTRUTTURE CRITICHE LA ZONA ROSSA DEL SISTEMA PAESE  
**SOFTWARE & SERVICES** MULTICLOUD IL TUO CLOUD PER IL TUO BUSINESS

# Sinfo One

## Il lievito software di Italpizza

L'ERP come orchestratore di BI, robotica e IoT. Processi, know-how e soluzioni innovative per rispondere alle esigenze di flessibilità, automazione e qualità dell'industria alimentare. La storia di successo di Italpizza dimostra che Sinfo One ha la ricetta giusta per una perfetta lievitazione del business di **Andrea Lawendel** foto **Gabriele Sandrini**

**A**ttenzione, in questo caso l'ordine delle parole è importante. Non stiamo parlando di un impianto industriale, ossia di una fabbrica che produce pizze e le surgela. Quella è un'idea che probabilmente saprebbero realizzare in molti. No, qui si parla di una pizzeria industriale che riproduce il processo artigianale, quello che si può trovare anche in una piccola città. Di prendere questa buona pizzeria artigianale, che in condizioni normali sfamerebbe cento, forse duecento clienti a sera, e di metterla in grado di sfornare ogni giorno mezzo milione di pizze, secondo centinaia di ricette diverse, surgelandole immediatamente e facendole arrivare, in container refrigerati, fino ai porti della West Coast americana e dell'Australia.

Un miracolo? Questo miracolo è la quotidianità in Emilia, nel cuore della florida *Food Valley* italiana, e più precisamente negli stabilimenti di **Italpizza** ([italpizza.it](http://italpizza.it)), che grazie al proprio know-how e alla digitalizzazione basata sul software gestionale del suo partner tecnologico **Sinfo One** ([www.sinfo-one.it](http://www.sinfo-one.it)), ha centrato un obiettivo che sembrava impossibile: preparare, cuocere nel forno (a legna!) come il bravo pizzaiolo dietro l'angolo, e surgelare il prodotto simbolo della nostra inimitabile tradizione gastronomica. Facendolo però con i numeri e i ritmi di produzione di una rotativa di un grande quotidiano o di una moderna fabbrica.

**Andrea Bondioli** direttore generale di Italpizza **Paola Pomi** CEO di Sinfo One

### L'IDEA DI UNA PIZZA TOP DI GAMMA

La particolarità di Italpizza risiede non solo nell'innovativo processo produttivo - lievitazione per oltre 24 ore, stenditura e farciture degli impasti a mano e cottura in forno a legna - ma anche dell'offerta.

Se i concorrenti puntano molto sulla produzione massimizzata e standardizzata, spesso concentrandosi su poche ricette, l'azienda fondata nel 1991 da Cristian Pederzini, rovescia il paradigma. Italpizza cerca innanzitutto la qualità e la varietà del prodotto, stabilendo relazioni con i grandi marchi del largo consumo e inventando per ciascuno una ricetta personalizzata per una pizza "top di gamma", proprio come una pizzeria artigianale.

La prima grande svolta nella storia ormai trentennale di questa azienda arriva nel 1998 con l'apertura di un nuovo impianto a San Donnino, frazione di Modena, avviando le prime due linee della pizzeria "industriale" e, contestualmente, una fase di incredibile crescita. Per diversi anni, Italpizza spinge sul pedale del private label, cuocendo e surgelando pizze per conto delle catene della GDO ed espandendosi prevalentemente all'estero. In questo periodo, l'impianto di San Donnino quadruplica la sua superficie e aggiunge una linea di produzione.

Un tale successo non poteva non suscitare interesse sui mercati del food, e nel 2008 Italpizza finisce sotto il controllo di Bakkavor, gruppo londinese da due miliardi di euro di fatturato. Pederzini

una pizza dalla forma ovale, dall'impasto alto e irregolare; la seconda si ispira alla tradizione più recente della focaccia romana, con un impasto a 48 ore di lievitazione. Lo scorso anno, con l'operazione Italforno, il gruppo acquista una quinta linea di produzione e raggiunge un fatturato di 150 milioni di euro. Quella di Italforno non è una manovra puramente speculativa o mirata alla crescita: già alla fine del 2019, Italpizza decide di intervenire su un concorrente in difficoltà, l'Antico Forno a legna di Mortara (PV) e, attraverso la newco Italforno, sottoscrive un contratto di affitto della struttura. «L'acquisizione si è conclusa pochi mesi fa - racconta **Andrea Bondioli, direttore generale di Italpizza**, in un anno per niente facile. Ma già nel settembre 2019, avevamo inglobato Antico Forno nel gestionale Sinfo One *SiFides*, cosa che ci ha permesso di riequilibrare i punti deboli che avevamo rilevato e riportare anche questa quinta linea di produzione agli standard del gruppo e salvando settanta posti di lavoro».

La storia della collaborazione tra Italpizza e Sinfo One comincia più di 15 anni fa, quando l'azienda alimentare è ancora una controllata del gruppo Bakkavor. «Il primo aspetto importante del nostro lungo rapporto con Sinfo One coincide proprio con quel primo piano di implementazione, avviato già nel 2004» - ricorda Bondioli. «Superata la prima prova - dimostrar-

Con un mix di software e automazione, Italpizza cresce anche sul mercato italiano. Obiettivo qualità e diversificazione dell'offerta con lo sviluppo in chiave retail

però rimane al comando dell'azienda e tra il 2014 e 2015, mentre la "sua" azienda continua a crescere, riacquisisce il controllo della società facendola tornare così in mano italiana. Pederzini ha già in testa una coraggiosa scelta strategica: pur continuando a produrre anche per la private label, la pizzeria industriale incomincerà a cucinare le pizze con marchio proprio. Già nel 2017, viene superato il traguardo dei 100 milioni di pizze sfornate nell'arco di un anno e Italpizza si avvia a diventare il primo "pizzaiolo industriale" italiano.

### RILANCIO DOPO IL RITORNO

Dai forni di Modena cominciano a uscire tante nuove varianti. Il primo formato lanciato a marchio Italpizza è stato, nel 2015, "26x38" e a completamento della gamma - arricchita dai successivi "12x30" e "Gran Pizzeria" - sono state introdotte nel 2020 "Rusticalta" e "Che Pinsa!". La prima è

si capace di adeguarsi alle esigenze di un gruppo quotato alla Borsa di Bruxelles e con una cadenza di rendicontazione diversa da quella mensile (4,4,5) - abbiamo gettato le basi di tutto il resto».

### UN GESTIONALE SEMPRE FLESSIBILE

Fino al 2014, prosegue Bondioli, Italpizza ha proseguito con *SiFides*, seguendo un regime di reportistica molto serrato, con flussi di cassa misurati settimanalmente dentro a una azienda di dimensioni contenute, ma dotata di uno strumento gestionale capace di affrontare richieste molto impattanti. Con la riacquisizione da parte di Pederzini, *SiFides* dimostra un'altra volta la sua flessibilità, supportando il ritorno al normale scadenziario di bilancio, senza cambiare la sostanza di una piattaforma ERP che - secondo Bondioli - ha consentito di prendere le decisioni giuste sulla scorta di controlli sempre puntuali. «Senza quelle informazioni, le decisioni avrebbero potuto essere sbagliate e



Andrea Bondioli direttore generale di Italpizza

non saremmo riusciti a crescere in pochi anni da 35 a oltre 160 milioni di fatturato». Nel quadro tracciato dal suo direttore generale, Italpizza si presenta come una realtà fortemente innovativa nei suoi processi interni, capace di affiancare le fasi di lavorazione strettamente tradizionale, come la pasta lievitata stesa e condita a mano, a un uso il più possibile spinto dell'automazione e dell'Industry 4.0. Gli obiettivi di qualità e diversificazione del prodotto, inoltre, si traducono in un aumento esponenziale dei dati che derivano dai controlli effettuati e dalle liste degli ingredienti richiesti da tante ricette. Informazioni che devono essere disseminate e rese congruenti lungo l'intero arco della pianificazione e della produzione a ciclo continuo. Per i moduli software della soluzione *SiFides*, si tratta di una grande prova di capacità di orchestrazione. Considerando tra l'altro che Italpizza cresce e si diversifica anche fuori dai ristretti confini della fabbrica. Due le direttrici più significative della nuova strategia. La già citata acquisizione di Antico Forno da parte di Italforno, un'operazione che in meno di 12 mesi ha permesso di integrare nel sistema Italpizza una linea in più, aumentando la capacità di produzione fino a un picco di 35mila pizze all'ora. E l'implementazione dell'offerta in chiave retail.

#### COME TI TRACCIO LA PIZZA

«Abbiamo implementato una soluzione – interviste **Paola Pomi, CEO di Sinfo One** – che va verso l'automazione di vari flussi e la penetrazione nelle

produzione in base ai forecast mensili, rispettando però la necessità di distribuire i prodotti verso i magazzini periferici in funzione della richiesta reale. Con MRP, l'azienda può predisporre centralmente i flussi che interessano la periferia, conoscendo per nome e cognome tutto ciò che esce dagli stabilimenti e la tracciabilità dei lotti di prodotto finito. Sul tema collaterale della manutenzione degli impianti – prosegue **Bondioli** – Italpizza ha perseguito un analogo obiettivo di centralizzazione. «Abbiamo condensato tutto in un unico magazzino dei ricambi che supporta Modena e Mortara. Tutti gli ordini di servizio sono riportati in *SiFides*, integrati nei periodici budget che vengono monitorati per eventuali sforamenti. Dallo studio di questi ricambi, ricaviamo informazioni sulla obsolescenza, confrontiamo i cicli di manutenzione e i fermi-macchina, assegnando un indice di valutazione che misura costi effettivi e occulti».

#### ITALPIZZA GOES RETAIL

L'altro grande progetto in corso riguarda la diversificazione dal manifatturiero al retail, con l'attivazione di una catena di punti vendita fisici di proprietà, continuamente approvvigionati con i prodotti Italpizza. «Non vogliamo creare una nostra catena di supermercati» – avverte Bondioli. «Si tratta di offrire maggiori opportunità di conoscere il nostro prodotto per poi decidere dove acquistarlo. Il nostro obiettivo è promozionale più che commerciale». Se inizialmente i quindici store previsti (sei sono già stati realiz-

Materie prime, approvvigionamento magazzino, monitoraggio della produzione, controllo qualità, tracciabilità e manutenzione con scambio di dati in tempo reale

diverse aree. Attraverso un unico “container code” SSCC, Italpizza può recuperare informazioni di lotto e qualità non solo di intere forniture di materie prime ma anche dei singoli imballi». Applicando codici su ciascun elemento che anima il processo produttivo, con una precisione superiore a quanto prescritto da una normativa tra le più severe come quella italiana – spiega Paola Pomi – è possibile identificare ogni unità logistica che impatta sulla produzione delle varie linee come un sacco di farina, un bancale di cartoni, un rotolo di cellophane usato per avvolgere la pizza pronta. «Avere tutto questo centralizzato in un sistema ERP consente di avere una visibilità spinta e di poter assicurare la qualità dall'inizio alla fine».

L'implementazione del modulo MRP, Material Requirements Planning, di *SiFides* è una delle ottimizzazioni più interessanti realizzata da Sinfo One in modalità integrata tra le due unità produttive di Italpizza. La soluzione permette di pianificare la

zati) sono concepiti solo per la vendita, in futuro è possibile un'evoluzione verso un servizio di ristorazione, consentendo ai clienti di entrare, scegliere la propria pizza e consumarla direttamente al tavolo.

E viste le iniziali reazioni positive, sono già stati varati i piani per la realizzazione di analoghi punti sia negli Stati Uniti sia in Francia. Ovviamente, il progetto ha implicazioni molto forti per Sinfo One – sottolinea **Paola Pomi**. «Per conto di Italpizza Retail, la società che porta avanti questa nuova iniziativa, abbiamo integrato nel sistema i registratori di cassa dei primi store realizzati. Italpizza conosce giorno per giorno i volumi generati, i codici delle pizze vendute, le conseguenti necessità di “refurnishment” sui singoli negozi». La soluzione *SiFides* gestisce anche gli aspetti fiscali e finanziari oltre che le implicazioni dal punto di vista della logistica, argomento al centro di un piano che investe l'area contigua alla fabbrica di Modena. Italpizza prevede di investire diversi milioni nella rea-



Paola Pomi AD di Sinfo One

lizzazione di un polo logistico in grado di stoccare prodotti surgelati e a temperatura ambiente, per sostituire le aree di parcheggio oggi esterne allo stabilimento. «Sarà un polo perfettamente integrato con la fabbrica e con il sistema gestionale, equipaggiato con carrelli a guida laser che porteranno direttamente in cella refrigerata le pizze surgelate appena prodotte e confezionate» – anticipa **Bondioli**. «Un progetto significativo perché riporterà all'interno dell'unità produttiva uno stoccaggio che al momento avviene all'esterno dello stabilimento».

All'interno dello stesso, la tecnologia ha avuto un ruolo determinante negli ultimi anni e attende nuovi, ulteriori sviluppi, soprattutto nell'ambito della robotica e della sensoristica. Anche se sotto l'impulso dell'acume strategico di Pederzini – Bondioli si è sempre premurato di amalgamare software e automazione, con la manualità delle persone e la qualità artigianale degli ingredienti. Dopo la lunga lievitazione, la pasta viene stesa a mano da 150 pizzaioli in carne e ossa, ritagliata a misura, farcita e avviata in cottura. Persino i forni in Italpizza sono brevettati e permettono di tenere sotto controllo parametri come calore e produzione di fumo. Scartando gas ed elettricità, Italpizza ha deciso di restare fedele al calore del fuoco di legna. E anche in questo caso al posto di un banale pellet viene utilizzato solo legno di quercia e faggio genuino, cresciuto nei boschi toscano-emiliani e sele-

artigianale così identitaria è il presupposto di una crescita che potrebbe rivelarsi sorprendente, persino per un rappresentante così creativo del Made in Italy: sinergia ed equilibrio tra automazione e lavorazione artigianale, sotto la dettagliata regia di processo che Italpizza è in grado di portare avanti attraverso la piattaforma ERP di Sinfo One. Le cifre accumulate finora sono del resto già di tutto rispetto. In pochi anni, un'azienda che produceva solo per il private label e generava all'estero il grosso del suo fatturato, ha riequilibrato molto, col marchio diretto Italpizza, la sua presenza sul mercato italiano. Oggi, il 40% del fatturato proviene dalle vendite in Italia, senza intaccare la distribuzione internazionale della pizza «alla modenese». «Il nostro export raggiunge 55 Paesi, dal Canada al Cile, finendo in Nuova Zelanda, Australia, Corea del Sud e passando per Europa, Russia, Giappone» – elenca Bondioli. «La pizza surgelata non è un prodotto banale. Garantire la catena del freddo end-to-end implica il possesso di un freezer per conservare e un forno per riscaldare, accessori anch'essi per niente scontati nelle case dei consumatori. Ci vuole molta attenzione per entrare nelle logiche di mercati retail così diversi». Tra l'altro, a differenza di tante altre ricette, è difficile pensare di agevolare l'internazionalizzazione del prodotto aprendo unità produttive fuori dai confini italiani. «Per gli americani Italpizza è così buona proprio perché è fatta in Italia».

La centralità strategica degli impianti di Modena

Pianificazione centralizzata e tracciabilità continua. Estrazione dei dati in linea più veloce ed efficace per un livello superiore di visibilità e capacità di previsione

zionato da piccoli silvicoltori locali. Il contributo dell'automazione torna ad aumentare a valle delle linee di cottura, con i robot che aiutano a gestire i processi di surgelamento e confezionamento.

#### CONTROLLO DIGITALE DI QUALITÀ

Il controllo qualità è un altro campo di attività che accelera l'introduzione di sofisticati sistemi automatici. Bondioli cita, per esempio, il sistema di riconoscimento visuale che «fotografa» la pizza e certifica la conformità della salsa di pomodoro sparsa sull'impasto già steso. «Ma ci sono altri spazi di intervento» – spiega Bondioli. «Uno di questi è il momento della farcitura delle pizze con i diversi ingredienti. Siamo riusciti a individuare, in Giappone, i bracci automatici in grado di svolgere questa mansione con sufficiente delicatezza». Portare l'automazione così in profondità, mantenendo una dose elevata di intervento umano nella lavorazione su scala industriale di una ricetta

e Mortara è dimostrata dagli ottimi risultati ottenuti con gli accordi di private label stipulati con le catene della GDO e con altri operatori. Ambito in cui Italpizza riesce a distinguersi dalla concorrenza grazie al livello di personalizzazione offerto a ciascun cliente B2B. Come si è detto, se altri brand sono costretti ad arrendersi alla standardizzazione, al «one size fits all», la capacità di controllo di cui dispone il gruppo alimentare modenese permette di formulare lavorazioni molto diverse. Il direttore generale parla di un ricettario con ottocento varianti. «Con Italpizza, c'è sempre possibilità di avere prodotti studiati su misura di ogni specifico target. In molti casi, siamo noi i consulenti che orientano un determinato retailer verso la formulazione di una specifica richiesta di marketing, ad esempio per la preparazione di una pizza vegana, o senza glutine, o con farciture adatte solo a specifici gusti» – afferma Bondioli. «Per gestire certi livelli di complessità c'è *SiFides*».



### CONTINUITÀ NELL'EMERGENZA

Il fatto che una macchina industriale di queste proporzioni sia riuscita a garantire la massima continuità nel 2020 della pandemia, portando anzi a termine nuove operazioni e coltivando nuova progettualità, è un ulteriore segno distintivo della partnership tecnologica con Sinfo One. «Affidabilità, capacità di seguire i clienti nella loro crescita, flessibilità, tempi di reazione veloci, per noi sono valori, non semplici slogan» – osserva **Paola Pomi**. Valori che assumono rilevanza maggiore in periodi di crisi come quello che stiamo attraversando. Anche per Sinfo One – spiega la CEO – ci sono state una prima e una seconda fase di risposta alle nuove regole dettate dall'emergenza Covid. Nella prima fase di adeguamento interno, tutte le attività di formazione del personale sono state remotizzate, il 100% dello staff è stato messo in condizioni di operare in smart working (mantenendo però il massimo grado di accessibilità possibile agli uffici del quartier generale), tutte le riunioni sono state spostate in ambienti virtuali e un analogo supporto alla remotizzazione è stato erogato ai clienti che dovevano mantenere contatti molto stretti con i ruoli operativi di Sinfo One. «All'inizio della Fase 2 dopo il lockdown, abbiamo affidato a un team dedicato la governance dell'emergenza, predisponendo interventi quotidiani di sanificazione e studiando le modalità di accesso e i percorsi interni che garantissero

proprietaria SiFides, per supportare al massimo i progetti di Industria 4.0 dei clienti, con particolare attenzione al tema IoT. La soluzione, già disponibile in cloud da 3 anni, e con ampia copertura dei processi e dei requisiti del settore alimentare, è stata dotata di un orchestratore IoT che rende sempre più semplice integrare l'ERP con impianti (o con altri SW) e, allo stesso tempo, rende la generazione di APP molto più semplice, tramite i paradigmi più moderni di low code – no code.

Rientra nel quadro di queste attività, una novità interessante di questo 2020, almeno dal punto di vista del mercato: i nuovi accordi di collaborazione allacciati con Infor Global Solutions meglio noto come Infor. Accanto alle relazioni di lunga data con Oracle, in particolare per il brand JD Edwards, Sinfo One estende dunque il suo portafoglio di collaborazioni a un altro grande leader internazionale del software gestionale, focalizzandosi sulle soluzioni per la clientela Food & Beverage.

Questa nuova collaborazione – spiega Paola Pomi – nasce da una forte vision condivisa sull'innovazione e lo sviluppo di soluzioni verticali in cloud, con una speciale attenzione all'ulteriore ampliamento del portafoglio di soluzioni verticali Food & Beverage, ad esempio tramite l'offerta dell'Enterprise Asset Management, PLM Optiva ed M3. L'accordo si fonda su un'offerta di soluzioni studiate per vincere le specifiche sfide di busi-

L'ERP come orchestratore di BI, robotica e IoT. Il nuovo polo logistico di Italtizza sarà integrato con il sistema gestionale ed equipaggiato con carrelli a guida laser

il rispetto del distanziamento» – prosegue Pomi.

«Analoghi protocolli di sicurezza sono stati fissati per gli specialisti che dovevano presidiare le sedi dei clienti, studiando le diverse realtà e concordando con esse uno specifico piano condiviso. Questo ha permesso di varare, tra maggio e ottobre 2020, ben cinque nuovi progetti in Italia e all'estero e sette upgrade di altrettante installazioni. In questo stesso periodo, Sinfo One ha acquisito due clienti nuovi e assunto sei nuovi professionisti, due dei quali durante il primo lockdown. L'azienda parmigiana di software e servizi ha addirittura incrementato di svariati punti percentuali gli investimenti in Ricerca e Sviluppo, una scelta anticiclica, che sembrerebbe così poco naturale in una crisi di tale portata ma che il management di Sinfo One ha voluto con forza, convinto della necessità di anticipare le opportunità della ripartenza». Gli investimenti sono stati focalizzati sulla soluzione

ness dell'industria alimentare coniugando il cloud con la gestione dei processi operativi, finanziari e analitici, con particolare attenzione alla qualità e alla sicurezza del prodotto.

«Da sempre il nostro vanto è riuscire a trovare le migliori soluzioni ai problemi dei clienti tramite l'utilizzo di tre leve aziendali: organizzazione, processi e sistemi» – conclude Paola Pomi. La partnership con Infor ci permette di focalizzarci sull'ottimizzazione a ognuno dei tre livelli, sapendo che la flessibilità e la copertura applicativa delle sue soluzioni ci permettono di raggiungere tutti gli obiettivi che i nostri clienti si prefiggono». In questo 2020, con le industrie alimentari sollecitate molto più di altre a reggere la sfida della continuità nell'emergenza, storie di successo come Italtizza dimostrano ancora una volta che Sinfo One ha la ricetta per una perfetta lievitazione del business. **DM**

