

Sinfo One La ceo Pomi: «Intercettare le esigenze dei consumatori»

Alimentare, gestire i dati è strategico per il business

» I dati rappresentano un bene prezioso per le imprese. Un patrimonio di informazioni indispensabile per migliorare i processi aziendali. Anche il settore food non si può esimere dall'adottare strategie di gestione dati precise ed efficienti. A ribadirlo è Sinfo One, partner delle aziende nell'information technology, che ha organizzato il convegno «Il dato: l'ingrediente per proteggere il futuro del settore food», con rappresentanti di diverse imprese.

«Il dato è la nuova fonte di esperienza - spiega Paola Pomi, ceo di Sinfo One - e grazie a sensori che li intercettano e ad algoritmi di intelligenza artificiale è possibile orientare le decisioni sulla base di evidenze certe». Ma solo «le aziende che dimostrano una maturità digitale saranno in grado di governare una stagione economica caratterizzata da imprevedibilità e complessità», sottolinea Pomi. Grazie ad una tempestiva raccolta di dati «univoci e certi» e a un'accorta analisi sarà possibile progettare il futuro ed essere competitivi sul mercato. «Per progettare i prodotti alimentari del futuro riprende l'amministratore delegato della Sinfo One - sarà indispensabile intercettare le richieste dei consumatori,



Manager
Paola Pomi, amministratrice delegata della Sinfo One.



che diventano sempre più attenti ed esigenti».

Come ha spiegato anche Paolo Preti, professore di Organizzazione delle piccole e medie imprese dell'Università Bocconi, è necessario fare riferimento «al binomio antico ma sempre valido: strategia e organizzazione, soprattutto adesso, in un mondo d'impresa che cambia in maniera velocissima». Perché sia funzionale, la gestione dati aziendali dev'essere coerente con l'operatività aziendale. Ogni impresa, poi, come è emerso anche dai numerosi interventi della mattinata, sceglie un percorso proprio, sulla base di esigenze particolari. «L'ultima novità dell'azienda è stata l'automatizzazione dei magazzini - fa sapere Luca Amighetti, It manager Italpizza -. In questo modo riduciamo di molto la possibilità d'errore e aumentiamo la tracciabilità dei prodotti».

Dibattito
L'incontro organizzato da Sinfo One con aziende ed esperti (nella foto sopra) si è svolto al NH Hotel.

Sul concetto di sostenibilità si concentra l'azienda Furlot-ti: «Per noi la lettura dei dati è stata importante per capire che la nostra azienda era già da tempo "sostenibile" - rive-la Maria Chiara Utini, responsabile marketing - adesso siamo più consapevoli sul percorso da intraprendere». «Uno degli scopi fondamentali del bilancio di sostenibilità - dichiara Remo Grassi, ceo di Banfi - è l'integrazione dei fornitori all'interno di una "catena del valore"». Il dato diventa quindi «un patrimonio da valorizzare», commenta Fabio Ventura, ceo di Tomato Farm. Ma i dati da soli non bastano: «È necessario lavorare a stretto contatto con il cliente - conclude Marco Pellegrino, ceo Gelato Italia -. I dati sono utili se vengono gestiti al meglio, con intelligenza».

Anna Pinazzi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

GAZZETTA DI PARMA Venerdì 18 marzo 2022 | 11

20% LA QUOTA DI MERCATO DELLE PRODUTTRICI LOCALI

Inps I condannati per mafia possono avere la pensione

Pomodoro Manca l'accordo, allarme di Coldiretti

Credit Agricole iniziative per le imprese contro i ricicci

Ona Parma Digitalizzazione webinar per le aziende

Unione camere Aumento del 2,2% nel 2021, prima inversione di tendenza dal 2012

Crescono le imprese dei giovani in regione

Sinfo One La ceo Pomi: «Intercettare le esigenze dei consumatori»

Alimentare, gestire i dati è strategico per il business

Il dato rappresenta un bene prezioso per le imprese. Un patrimonio di informazioni indispensabile per migliorare i processi aziendali. Anche il settore food non si può esimere dall'adottare strategie di gestione dati precise ed efficienti. A ribadirlo è Sinfo One, partner delle aziende nell'information technology, che ha organizzato il convegno «Il dato: l'ingrediente per proteggere il futuro del settore food», con rappresentanti di diverse imprese.

Il dato è la nuova fonte di esperienza - spiega Paola Pomi, ceo di Sinfo One - e grazie a sensori che li intercettano e ad algoritmi di intelligenza artificiale è possibile orientare le decisioni sulla base di evidenze certe». Ma solo «le aziende che dimostrano una maturità digitale saranno in grado di governare una stagione economica caratterizzata da imprevedibilità e complessità», sottolinea Pomi. Grazie ad una tempestiva raccolta di dati «univoci e certi» e a un'accorta analisi sarà possibile progettare il futuro ed essere competitivi sul mercato. «Per progettare i prodotti alimentari del futuro riprende l'amministratore delegato della Sinfo One - sarà indispensabile intercettare le richieste dei consumatori,

che diventano sempre più attenti ed esigenti».

Come ha spiegato anche Paolo Preti, professore di Organizzazione delle piccole e medie imprese dell'Università Bocconi, è necessario fare riferimento «al binomio antico ma sempre valido: strategia e organizzazione, soprattutto adesso, in un mondo d'impresa che cambia in maniera velocissima». Perché sia funzionale, la gestione dati aziendali dev'essere coerente con l'operatività aziendale. Ogni impresa, poi, come è emerso anche dai numerosi interventi della mattinata, sceglie un percorso proprio, sulla base di esigenze particolari. «L'ultima novità dell'azienda è stata l'automatizzazione dei magazzini - fa sapere Luca Amighetti, It manager Italpizza -. In questo modo riduciamo di molto la possibilità d'errore e aumentiamo la tracciabilità dei prodotti».

Sul concetto di sostenibilità si concentra l'azienda Furlot-ti: «Per noi la lettura dei dati è stata importante per capire che la nostra azienda era già da tempo "sostenibile" - rive-la Maria Chiara Utini, responsabile marketing - adesso siamo più consapevoli sul percorso da intraprendere».

«Uno degli scopi fondamentali del bilancio di sostenibilità - dichiara Remo Grassi, ceo di Banfi - è l'integrazione dei fornitori all'interno di una "catena del valore"». Il dato diventa quindi «un patrimonio da valorizzare», commenta Fabio Ventura, ceo di Tomato Farm. Ma i dati da soli non bastano: «È necessario lavorare a stretto contatto con il cliente - conclude Marco Pellegrino, ceo Gelato Italia -. I dati sono utili se vengono gestiti al meglio, con intelligenza».

Anna Pinazzi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Unione camere Aumento del 2,2% nel 2021, prima inversione di tendenza dal 2012

Crescono le imprese dei giovani in regione

La ripresa economica legata alle misure anticovid ha permesso un aumento del 2,2% nel 2021, prima inversione di tendenza dal 2012. L'incremento è stato superiore per l'intero del territorio che per le imprese: 2,2% contro il 1,5%. La dinamica è stata supportata per l'intero del territorio da un aumento del 2,2% del settore manifatturiero (2,2%) e del settore dei servizi (2,2%).

Crescono le imprese dei giovani in regione

Il numero di imprese create dai giovani è cresciuto del 10,4% nel 2021, contro il 9,8% del 2020. Il settore manifatturiero è quello che ha registrato il maggiore aumento: 12,1% contro il 10,4% del 2020. Il settore dei servizi è cresciuto del 9,8% contro il 9,8% del 2020. Il settore agricolo è cresciuto del 10,4% contro il 9,8% del 2020.

Con Crédit Agricole investire è alla portata di tutti

Puoi partire anche con 100 euro

Sempre con la competenza dei nostri Consulenti

CREDIT AGRICOLE