

DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DELL'INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY



Roberto Gamberro

**BYTE
AND**

Paola Pomi

SINFO ONE

COVER STORY

**RISORSE
A
VALORE**



SPECIALE EXPO 2015

SICUREZZA

LOGICA E FISICA

DOSSIER CLOUD - CON LA TESTA

NELLA NUVOLE

E-GOV - DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE

ED EFFICIENZA NELLA PA

I-FINANCE - LA SPESA ICT

NELLE BANCHE

SISTEMI - OTTIMIZZARE I SISTEMI

DI STAMPA

**DATA MANAGER
ONLINE**

www.datamanager.it



Roberto Gamberro
BYTE
 AND
 Paola Pomi
SINFO ONE
 COVER STORY
RISORSE
 A
VALORE

Le aziende e i loro dipendenti sono il target di due tra i più innovativi provider italiani di tecnologie e servizi. A Parma, Sinfo One rivendica per i suoi Erp un ruolo di profonda innovazione anche oltre i confini dello specifico contesto industriale. A Torino Byte affronta per conto delle maggiori aziende italiane le problematiche amministrative connesse a paghe e contributi nonché la parte di gestione del personale, facendo ampia leva sulla sua tecnologia per una efficace strategia di outsourcing. Due tematiche apparentemente diverse, un solo messaggio: il software per abilitare il cambiamento e focalizzarsi sul business

di Andrea Lawendel
 foto di Gabriele Sandrini



Gli spazi di movimento delle tecnologie sviluppate dai protagonisti di questa inedita cover story a due voci, sono solo apparentemente diversi. Da un lato gli personali capitali di conoscenza e di esecuzione gestiti dal software **Sinfo One** (www.sinfoone.it). Dall'altro il capitale umano, affidato alle cure amministrative delle piattaforme paghe di **Byte** (www.bytesh.com) e degli strumenti di gestione della carriera del software Cezanne, che Byte ha integrato nella propria offerta.

SINFO ONE

In realtà le due organizzazioni ci raccontano una storia molto simile. Quella di una tecnologia che ha smesso di essere sovrapponibile all'automazione, all'accelerazione di procedure immutabili. La tecnologia del software oggi dev'essere intesa soprattutto come veicolo di cambiamento, come fattore abilitante di un nuovo modo di fare business. Un catalizzatore di valore che dovrebbe consentire a chi adotta le tecnologie, specie quelle collaborative e a forte componente di integrazione del Web, di sfruttare al meglio quei capitali di conoscenza e persone, concentrandosi sull'ottimizzazione dei processi, non sul continuo controllo della quotidianità e degli errori.

Il ruolo di partner come Sinfo One e Byte, orientati a erogare le tecnologie come servizio, non si limita all'abilitazione al cambiamento, ma è anche quello di continuo affiancamento e supporto

Il ponte gettato sul vuoto di una tecnologia troppo spesso in passato spacciata per miracolistica, quel pragmatismo tipico della cultura imprenditoriale di questo felice territorio, rappresentano uno degli ingredienti del successo di Sinfo One. Due fattori importanti nel suo modus operandi sono il dialogo, interno alle service line e all'ecosistema dei clienti, e una puntuale politica di formazione delle risorse aziendali attraverso un programma molto serrato e stimolante di incontri e corsi. Questo continuo interscambio consente a Sinfo One di presidiare meglio i mercati e crescere più velocemente. «Limitandosi al pur fondamentale dialogo con il cliente si rischia di non vedere tutti quei "mal di pancia" che emergono da una visuale complessiva del cliente in relazione all'intero mercato, al sistema dei suoi fornitori», afferma **Paola Pomi**, che nell'azienda fondata dal padre riveste il ruolo di **responsabile dell'innovazione**.

Una azienda come Sinfo One oggi cerca «di impattare sulle dinamiche organizzative che abilitano l'innovazione e fanno sì che il vantaggio, il valore che pos-

siamo portare al cliente, si concretizzi», osserva ancora la Pomi. Non più l'Erp del consuntivo a fine bilancio, ma uno strumento predittivo, anticipatore e abilitatore delle future tendenze. Una capacità di controllo della macchina aziendale che permette di non farsi distrarre dagli intoppi dei singoli ingranaggi per concentrarsi su quello che la macchina può e deve fare.

BYTE

Anche la funzione delle soluzioni Byte non è solo quella, pur fondamentale, di aiutare il cliente a districarsi in una giungla normativa e contrattualistica che non ha uguali nel mercato internazionale del lavoro. Secondo **Roberto Gamberro**, amministratore delegato dell'azienda torinese, si sta parlando di strumenti che permettono di calarsi profondamente nelle realtà procedurali di imprese che hanno organizzazioni del lavoro e processi anche decisamente diversi tra loro. «Quando negli uffici del personale si introducono strumenti di questo tipo bisogna ripensare tutto il funzionamento dell'azienda, perché prima di tali soluzioni l'azienda funzionava su procedure concepite all'epoca della carta e adesso è cambiato tutto». La gestione delle risorse umane comportava tutta una serie

di verifiche, controlli, catene di autorizzazione basate su flussi cartacei. Ma perché tenere in piedi certi apparati quando, avverte Gamberro, «il software può controllare e supervisionare il lavoro di migliaia di dipendenti?». Il responsabile Hr può diventare, come del resto il Cio, un valido aiuto regista del management, occupandosi delle regole di base e, ancora una volta, dell'ottimizzazione.

IL CAMBIAMENTO

Certo, il cambiamento bisogna volerlo, metabolizzarlo. Ma in questo senso il ruolo di partner come Sinfo One e Byte - tra l'altro sempre più orientati a modalità di erogazione delle tecnologie sotto forma di servizio, che permettono di consumare il software senza sprechi, con tempi di implementazione ridotti e immediati ritorni economici - non si limita all'abilitazione, ma è anche quello della palestra di apprendimento e del continuo affiancamento e supporto.

Parafrasando il claim adottato recentemente da Sinfo One, insieme il cambiamento è più facile. **DM**

SINFO ONE LA PERSEVERANZA DELL'INNOVATORE

Da oltre 25 anni nel mondo Erp, è alla continua ricerca di soluzioni innovative per la gestione delle imprese di differenti segmenti di mercato

Arriva come spesso accade dal mezzo l'ennesimo, virtuoso caso di eccellenza e creatività del software italiano. Nel mezzo della pianura emiliana, nel mezzo di una clientela fatta di marchi nazionali, fortemente rappresentativa dell'industria alimentare e delle merci confezionate, dentro a una delle software house di media grandezza che interpretano al meglio la scuola "nostrana" del gestionale. Guardando le famose lattine di concentrato che affollano gli scaffali della sala di rappresentanza, arredata con un campione esemplificativo dei grandi marchi che utilizzano il software Sinfo One, viene la tentazione di parlare, senza il minimo connotato negativo, di Erp in salsa di pomodoro. Ma nella sede di via Benedetta, tra il centro di Parma e l'autostrada, **Paola Pomi**, laurea in ingegneria elettronica e una competenza sul campo a dir poco invidiabile, preferisce piuttosto affrontare il tema di come, da un quarto di secolo a questa parte, Sinfo One riesca a sviluppare innovazione e trasformazione di processo, consentendo ai clienti di valorizzare, attraverso l'automazione, le rispettive competenze. E soprattutto di come si riesce a realizzare questo trasferimento di innovazione e valore, tenendo al tempo stesso testa alla concorrenza e alle difficili condizioni di mercato. «L'innovazione è tanto più concreta, digeribile dal cliente, diffusa, quanto più mirata a risolvere problemi specifici», afferma l'erede del co-fondatore dell'azienda, **Rosolino Pomi**. Sua figlia Paola, ambasciatrice di Sinfo One in questo incontro con *Data Manager*, riveste il ruolo di responsabile offering & innovation e non si può dire che non sia motivata proprio su quest'ultima. «Mar-



keting, vendite, processi interni, comunicazione: tutto deve essere riesaminato in chiave innovativa. Non facile, ma indispensabile per rimanere sul mercato». Il trucco per aggirare l'ostacolo della naturale tendenza alla conservazione, sembra volerci dire la Pomi, è partire dal basso, da un singolo aspetto, dal particolare, ignorando i grandi progetti di trasformazione che tanto spesso rischiano di avere un inizio senza mai incontrare una fine. L'esperienza di Sinfo One è che da questi "nuclei di accrescimento" le aziende imparano ad apprezzare il valore e il gusto del cambiamento, inventano nuove idee e da qui innescano un circolo virtuoso di trasformazione.

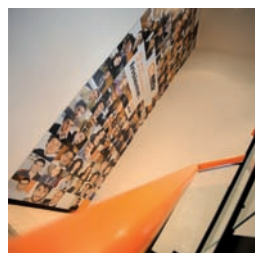
25 ANNI DI ESPERIENZA

«Le innovazioni del futuro hanno radici profonde di esperienza», esordisce Paola Pomi. Di trasformazioni in questi 25 anni ne ha subite parecchie Sinfo One, costituita nel 1984 come Pragma da Rosolino Pomi e due altri soci. Tutti e tre provengono dalle risorse informative di Barilla, la "Fiat di Parma", che sarà naturalmente tra i primi clienti. «Si sviluppano così, racconta la figlia del fondatore, due macrofiloni, uno legato all'industria e al controllo di gestione, l'altro orientato a rispondere alle esigenze dell'indotto bancario in termini di application maintenance e, in una certa misura, alla creazione di applicativi specifici per l'area finanza-titoli delle banche».

Dal primo macrofilone nasce l'ambizioso progetto di Erp "all'italiana" che ancora caratterizza l'offerta di Sinfo One, la piattaforma Si Fides, costruita intorno all'iniziale nucleo de-

Paola Pomi
responsabile offering & innovation
di Sinfo One





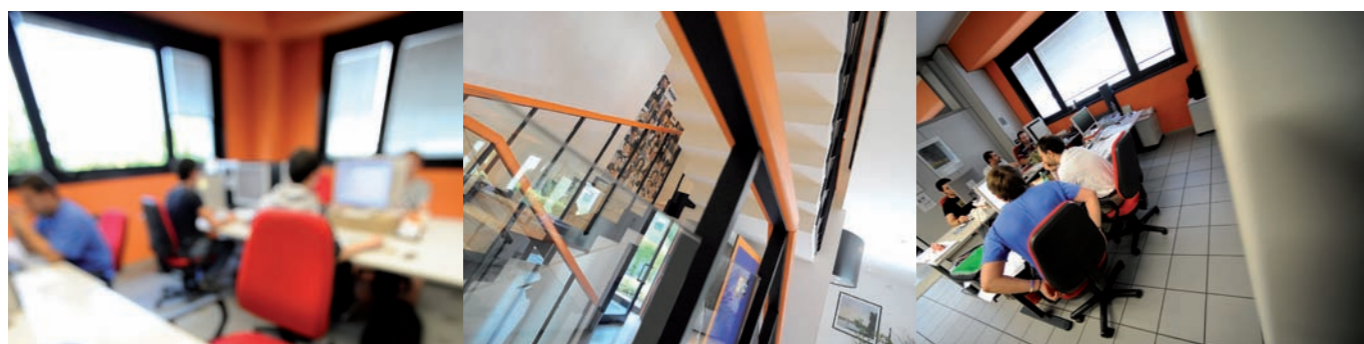
dicato alla contabilità gestionale e gradualmente esteso al supporto delle attività di magazzino, vendita, produzione e così via. Alla fine degli anni Novanta si rafforza sul mercato italiano la presenza dei sistemi Erp di matrice internazionale, e Pragma stringe un'alleanza con JD Edwards.

Partendo dallo zoccolo duro rappresentato dai servizi erogati alla clientela storica come Barilla e dagli utenti della piattaforma Si Fides, ormai una settantina di aziende, la software house comincia a macinare le sue soluzioni più innovative, articolate, spiega Paola Pomi, «su sei verticalizzazioni: nell'alimentare, la cosmetica, il capital budget delle banche, le commesse metalmeccaniche, il fashion e nel ceramico». Le verticalizzazioni cominciano, come si è detto, a riguardare anche il comparto di Pragma focalizzato sulla piattaforma JD Edwards. «Se fino all'anno 2000 e al processo di adeguamento all'euro la moda

Nel 2007, per una maggiore riconoscibilità di una offerta fin troppo ampia e diversificata, l'azienda decide per uno scorporo in tre realtà separate distinte. Nasce così Sinfo One che assume le competenze accumulate con la clientela industriale mentre Si Next e Si Grade proseguono la tradizione al servizio degli applicativi e dei prodotti verticali per i clienti finanziari.

SEMPLICITÀ E INNOVAZIONE

Sinfo One oggi è una realtà di 120 persone organizzata con una struttura di amministrazione, marketing, vendite e una serie di "service line": Si Fides, Oracle JD Edwards, Business Intelligence e Performance Management, tecnologie 2.0 orientate alla gestione innovativa dei contenuti e alle architetture Soa, una divisione di application maintenance e infine un filone legato all'ottimizzazione di processo a livello della supply chain che, come spiega la Pomi, «è svincolata



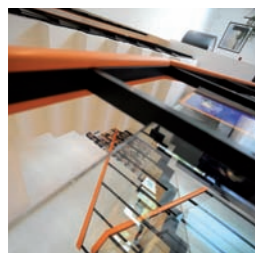
«Oggi l'approccio all'Erp si basa sulla filosofia dell'add on, ossia su processi codificati e pre-configurati nella piattaforma gestionale che hanno tempistiche di implementazione molto ridotte»

era costituita dai grandi progetti di adozione di estese piattaforme Erp, oggi l'approccio è ovunque molto diverso, più all'italiana. È la filosofia dell'add on, del "pre-cablato", ossia di quei processi codificati e pre-configurati nella piattaforma gestionale, con tempistiche di implementazione molto ridotte».

Alla soglia dei suoi vent'anni Pragma rivede anche le proprie strategie marketing aggiungendo al brand originario Pragma, allora un po' inflazionato nell'industria del software, il suffisso Sinfo, una formula che richiama le capacità "sinfoniche" della squadra di sviluppatori e consulenti, ormai giunta alla soglia delle duecento persone, e la positività di quel SI iniziale.

da prodotti specifici, ma ha una funzione di volano di progetti orientati alla trasformazione e al change management». Nell'ambito della direzione generale Paola Pomi coordina gli aspetti dell'innovazione in tutte le linee di business, mantenendo una forte specializzazione nell'ambito dei processi, del controllo di gestione e del ciclo attivo e coordinandosi con le attività di pre-vendita per tutti i nuovi progetti delle divisioni di Sinfo One. «Sono una persona molto concreta e anche se dal 2004 mi occupo ufficialmente di innovazione, la mia esperienza è legata ai progetti in campo Erp. Alla fine il mio ruolo è quello di pensare in grande, ma proporre ai clienti piccoli passi



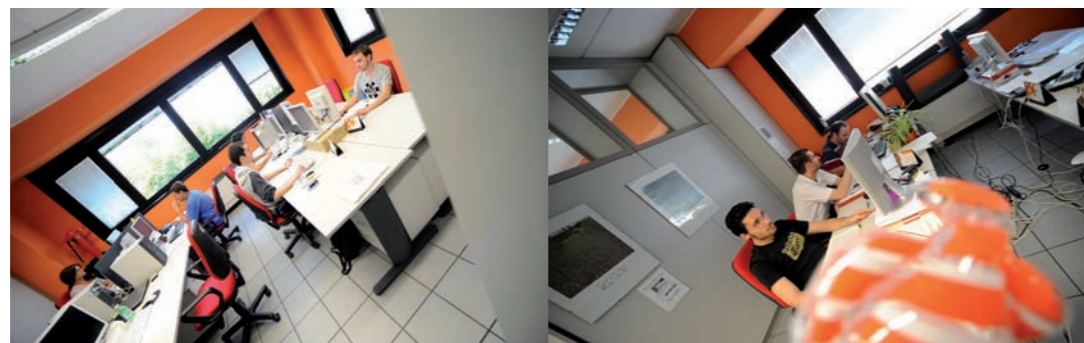


percorribili, ho imparato da mio padre che per fare innovazione vera si devono avere i piedi ben piantati per terra, sapere ottimizzare il valore».

Una delle leve principali di questo ruolo di intermediatore tra tecnologia e innovazione si chiama Sinfo College, un'iniziativa nata da un'esigenza di formazione interna, ma aperta oggi anche alla partecipazione dei clienti. Come è avvenuto con il corso in pianificazione della produzione gestito dalla service line specializzata in soluzioni per la Supply chain. «Abbiamo incaricato i consulenti di questa divisione di organizzare un evento interno che permettesse di fare il punto teorico sulla pianificazione della produzione, un tema che ancora oggi le aziende italiane vedono come un lusso. Un vero e proprio corso teorico focalizzato sulle politiche di planning, i modelli push pull e molto altro», racconta la Pomi. Quando alcuni clienti sono venuti a conoscenza di questa

pianificazione nasce invece Step, Sistemi Tecnologici di Pianificazione, con il preciso obiettivo di aiutare il cliente nel dare efficienza a processi di fornitura ormai estremamente complessi. Una complessità che Sinfo One affronta con strumenti che siano sempre di facile adozione all'interno della struttura tecnologica e organizzativa del cliente. «Ci siamo resi conto che l'innovazione deve sempre partire da esperienze molto concrete. Ci occupiamo da tempo di aspetti come la gestione dei contenuti in ottica 2.0, ma per molti clienti era difficile percepire il ritorno di progetti troppo estesi. Così abbiamo studiato una soluzione per la Pmi che soddisfa le esigenze di documentazione legate al controllo qualità (bolle, fatture, note di credito), integrando in un sistema di content management documenti e dati generati o presenti sulle piattaforme Erp.

Realizzando su queste piattaforme un entry level



Il ruolo di Sinfo One è di pensare in grande, ma proporre ai clienti piccoli passi percorribili; per fare innovazione si devono avere i piedi ben piantati per terra, sapere ottimizzare il valore

iniziativa, il corso interno si è trasformato in evento allargato, che ha coinvolto i rappresentanti di aziende dei settori del farmaceutico, dell'alimentare, dei trasporti. «Il clima era straordinario, nessuno doveva vendere niente e si è creata subito fiducia, la possibilità di usare con il cliente un vocabolario comune».

Dal lavoro delle service line ERP e Business Intelligence emergono soluzioni come Sinfo@Trade, una raccolta di strumenti di gestione e di indicatori per il governo e la gestione della filiera di relazione tra grande distribuzione e il trade dal punto di vista degli sconti, delle promozioni e del controllo di gestione e finanziario. Dall'esperienza relativa alla

che porta vantaggi concreti in breve tempo abbiamo permesso ai nostri clienti di dotarsi di piattaforme tecnologicamente molto avanzate con investimenti e impatti organizzativi contenuti».

“Technology, Business. Together” è il pay off che lo scorso anno ha contraddistinto il 25° anniversario di Sinfo One. Una fucina di tecnologie orientate al ritorno economico, all'efficienza di imprese che non si accontentano più di soluzioni generaliste difficili da governare, ma privilegiano un software realizzato con i presupposti dello sviluppo su scala industriale e gli obiettivi del “su misura”. Un software che consenta di crescere. Together. **DM**

