

# DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DELL'INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY

COVER STORY

## Sinfo One

40 anni di innovazione e successo

Patrizia Pomi - Rosolino Pomi - Paola Pomi

**DOSSIER** BUSINESS DATA-DRIVEN, DAI DATI ALLE DECISIONI

**SISTEMI & RETI** 6G, EVOLUZIONE O RIVOLUZIONE? LA CORSA AL FUTURO DELLE TLC

**SOFTWARE & SERVIZI** LOGISTICA INTEGRATA, L'AI RIDISEGNA LA SUPPLY CHAIN

**FOCUS** FRANK GRECO, LA RIVOLUZIONE DELL'AI PREDITTIVA E GENERATIVA

# Sinfo One

## 40 anni di innovazione e successo

Leadership tecnopratica e collaborazioni strategiche, la società parmigiana di consulenza IT ha festeggiato il suo quarantesimo anniversario insieme a clienti e partner. Un traguardo che suggella la governance rafforzata e la crescita consolidata sui mercati esteri negli ultimi sette anni

di **Andrea Lawendel** - foto di **Gabriele Sandrini**



**Patrizia Pomi** direttore commerciale e marketing di **Sinfo One**  
**Rosolino Pomi** fondatore e presidente di **Sinfo One**  
**Paola Pomi** CEO di **Sinfo One**

**O**ne love, one life, one team. Sinfo One, 170 dipendenti, oltre 20 milioni di euro di fatturato nel 2023, ha celebrato i suoi primi 40 anni all'Auditorium Paganini di Parma dedicando un intero pomeriggio e una serata al cuore pulsante del suo successo: la collaborazione stretta tra i suoi clienti. L'evento, che ha ripercorso il passato e anticipato il futuro dell'azienda di consulenza e informatica fondata da **Rosolino Pomi** nel 1984, è stato celebrato – proprio come nelle cover che da anni Sinfo-One pubblica su *Data Manager* – dando la parola al racconto in prima persona dei clienti, negli spazi che Renzo Piano ha ricavato negli ex padiglioni Eridania. Se l'archistar ha scelto di portare avanti un ardito cambio di destinazione d'uso, dall'archeologia industriale alla musica sinfonica, la famiglia Pomi ha voluto un luogo altrettanto evocativo per ricordare le tappe sin qui percorse da una società che ha sempre privilegiato, nel software per l'industria, due aspetti: la componente artigianale, se non artistica, del codice e la capacità di “orchestrare”, con soluzioni su misura attraverso un serrato lavoro di squadra. Una peculiarità, questa di Sinfo One, affermata durante l'intero arco di conversazioni che l'azienda ha saputo imbastire sul palcoscenico dell'auditorium parmense, dove si sono alternati gli interventi di clienti e collaboratori.

L'unico modo per capire le vere esigenze del cliente – come spiega Pomi padre – è immedesimarsi nei suoi bisogni, affrontando insieme i problemi e trovando soluzioni efficaci attraverso piattaforme standardizzate. Un ambito in cui Sinfo One eccelle da tempo, muovendosi lungo la duplice direttiva del software autoprodotta - il gestionale *SiFides*, sviluppato in UNIX a partire

re i sistemi, le organizzazioni e i processi, dando a tutti la possibilità di leggere le stesse informazioni». Occorrono sistemi tecnologici flessibili, la customizzazione non deve essere mai un tabù. Sistemi a prova di futuro, che possono imparare da soli e accrescere la produttività del dipendente sostituendosi nelle attività più ripetitive, capaci di dialogare reciprocamente. «ERP, BI, Performance Management, Product Lifecycle Management perfettamente integrati, dalla prima fase di progettazione, fino alla pianificazione della produzione e della messa sul mercato» – dichiara la CEO di Sinfo One prima di cedere la parola a **Lucio Bottioni, Service Line manager dell'area SiFides**, intervenuto sul presente e sul futuro di una soluzione ERP proprietaria che vanta quattromila utilizzatori in un centinaio di aziende clienti distribuiti in otto nazioni diverse. Subito dopo, l'intervento di **Mirko Menecali, capo della divisione Analisi e Performance BI**. Formata da una ventina di specialisti, la divisione è tra le più recenti e snelle del gruppo, ma in termini di volume d'affari generato. Nel suo passaggio, Menecali ha presentato *SiBy ESG*, l'ultimo software creato dagli sviluppatori Sinfo One. Come è facile evincere dal nome stesso della soluzione, si tratta di un potente tool integrato finalizzato alla gestione e alla reportistica dei processi aziendali riferibili alle attività ambientali, sociali e di governance, attraverso la costante pianificazione e il monitoraggio delle questioni di natura materiale afferenti al contesto ESG. Accanto al presidente Rosolino Pomi, alle figlie titolari e al gruppo di colleghi che hanno animato la serie di interventi, i veri protagonisti della giornata sono gli utilizzatori delle soluzioni Sinfo One.

## Sinfo One, innovazione continua, orchestrazione delle soluzioni e valorizzazione del capitale umano. Il CEO Paola Pomi: «I clienti sono il nostro patrimonio più grande»

dal 1991 e particolarmente mirato alle aziende alimentari nella fascia delle PMI - insieme alla customizzazione dell'ambiente ERP Oracle JD Edwards. Nella prima fase di vita della sua azienda, prima cioè che a partire dalla fine degli anni 90 le figlie lo affiancassero in ruoli di crescente responsabilità – Paola, ingegnere, sullo sviluppo dell'offerta come amministratore delegato e Patrizia nella direzione commerciale – Rosolino Pomi si impegna a consolidarne la specializzazione e il prestigio nel suo primo mercato di riferimento, il settore del Food & Beverage. È in questo segmento che Sinfo One mantiene tuttora una sorta di corsia preferenziale, anche se nell'arco dei suoi primi quarant'anni di storia sono arrivati progetti molto significativi nei settori automotive, chimico e manifatturiero.

### LA SFIDA DELLA COMPLESSITÀ

«Complesso e complicato non sono sinonimi» – esordisce **Paola Pomi** davanti all'attenta platea. «Le loro etimologie sono diverse. Complicato è il contrario di semplice, perché ha tante pieghe. Complesso invece è un intreccio concatenato: se cerco di cambiare una variabile le altre si modificano. Per risolvere i problemi che i nostri clienti devono affrontare, bisogna intreccia-

### LA FORZA DELLA COMMUNITY

Con i loro racconti, i clienti contribuiscono a scrivere un conciso manuale di trasformazione, maturazione e crescita digitale. Primo fra tutti, **Casalasco Spa**, tra i clienti storici e più fidelizzati. Nato negli anni Settanta come Consorzio Casalasco del Pomodoro, oggi rappresenta la prima filiera integrata del pomodoro in Italia, passando, in 30 anni di collaborazione con Sinfo One, da un fatturato di 30 milioni di lire (circa 15 mila euro di oggi) a oltre 630 milioni e filiali in tutto il mondo. Una crescita favorita anche da una serie di acquisizioni, tra cui quella del famosissimo marchio Pomi - che ha così ampliato il business della cooperativa dalla sola lavorazione alla commercializzazione diretta delle conserve rosse – e in cui Sinfo One ha saputo affiancarsi «riuscendo a interpretare tutte le esigenze gestionali» come ha affermato l'**amministratore delegato Costantino Vaia**. «In tanti anni c'è stata sicuramente una crescita in armonia tra le nostre aziende, accomunate dallo stesso territorio e dagli stessi valori. Quando poi Casalasco ha acquisito altre società - Emiliana Conserve e De Martino - il tema organizzativo era prioritario per arrivare a parlare la stessa lingua armonizzando i



Paola Pomi CEO di Sinfo One

processi delle società nell'unico ERP Si Fides e posso dire che, pur nella sua complessità, è stato affrontato da Sinfo One in modo efficiente e rapido». Per contro, tra i clienti si possono annoverare anche realtà relativamente piccole e recenti ma in rapida crescita, come **Pinsami** di Reggio Emilia, fondata nel 2015 ed entrata nel network degli utenti SiFides in pieno periodo di lockdown pandemico. Partita da un ufficio di 15 metri quadri, senza nemmeno un'insegna, e con un fatturato di due milioni nel 2019 – come racconta il **CEO, Fabio Grillo** – oggi l'azienda registra un volume d'affari undici volte superiore, commercializzando la fragrante versione romana della pizza sfornata in decine di impasti e farciture diverse, nel nuovissimo stabilimento di 10mila metri quadri e raggiungendo 36 nazioni, attraverso la complessa relazione con i canali GDO e HoReCa.

«La scelta di uno strumento come SiFides è arrivata cinque anni fa, quando ancora eravamo molto piccoli e il nostro software serviva a malapena per stampare bolle e fatture. La scelta è stata determinante per la nostra crescita e devo ringraziare il nostro competitor per averci dato l'opportunità di studiare dal vivo l'implementazione dell'ERP» – spiega Grillo, l'ex geometra diventato startupper di successo, mentre si rivolge ad **Alberto Fenati, CFO di Alimenta Produzioni**, presente anche lui alla tavola rotonda moderata da **Patrizia Pomi, direttore commerciale e marketing di Sinfo One** che ha ribadito che l'investimento nella relazione con i clienti è essenziale perché solo attraverso una comunicazione aperta e continua è possibile garantire che l'innovazione rispecchi le reali necessità del mercato. «La capacità di ascoltare i clienti e adattare

dere quelle decisioni con la stessa consapevolezza» – afferma Fenati. Anche grazie a quelle scelte, oggi Alimenta è una potenza della piadina, della pizza e di tante altre preparazioni da forno preconfezionate e pronte per essere consumate. Ma i traguardi raggiunti non bastano: con quasi 300 dipendenti e otto poli produttivi per un totale di dieci linee di produzione, l'azienda punta a raddoppiare il fatturato entro il 2027, migliorando ulteriormente il cash-flow e investendo su una ulteriore crescita del personale. La discussione tra i clienti di Sinfo One si anima ulteriormente con gli interventi di **Sabrina Denti** e **Marco Ciron**, rispettivamente di **Industria Molitoria Denti** e **San Giorgio Dolce & Salato**. Con loro si entra in un ambito più vicino ai concetti di smart production che il software SiFides aiuta a concretizzare anche grazie alla recente aggiunta del modulo “manufacturing” mirato all'integrazione dei processi in fabbrica nel flusso delle informazioni ERP. Molino Denti – spiega Sabrina Denti – rappresentante della terza generazione della famiglia proprietaria, è dal 1955 un punto di riferimento nel campo della trasformazione del grano tenero e dell'innovazione delle farine che se ne possono ricavare. In questo contesto SiFides è andato live proprio quest'anno per supportare i processi e la produzione in ottica 4.0. «E con un mandato preciso – continua Denti – quello di darci la possibilità di potenziare ulteriormente i livelli di automazione e identificare eventuali rallentamenti, migliorando continuamente le performance sulla base dell'esperienza accumulata. Anche per questo

## Sinfo One, quattro decenni di soluzioni IT su misura e crescita sostenibile. Una storia che parla di eccellenza oltre il business e di componente artigianale del codice

le soluzioni è ciò che ci consente di rimanere sempre un passo avanti. Siamo impegnati a costruire relazioni solide e durature, perché il successo dei nostri partner è il nostro successo». Due concorrenti sul mercato, quindi, uniti dall'appartenenza alla stessa comunità di utilizzatori capaci di accrescere, attraverso l'esperienza e la conoscenza condivise, la forza della tecnologia Sinfo One. Un fatto tutt'altro che scontato che lo stesso Fenati ha poi sottolineato parlando di “community dei clienti”. La collaborazione tra concorrenti può generare opportunità di apprendimento e crescita reciproca, dimostrando che la sinergia nel settore può portare a risultati superiori per tutti i membri coinvolti.

Nel racconto di Fenati è emersa inoltre la necessità per Alimenta, di poter prendere decisioni ben informate, sulla base di dati che rispecchiano il reale andamento dei processi interni e delle loro conseguenze sul mercato, ma soprattutto consentono da un lato di ricorrere a efficaci misure correttive in caso di problemi, dall'altro di anticipare le evoluzioni di un mercato estremamente dinamico. «Senza i dati che oggi, a cinque anni dall'avvio della partnership con Sinfo One, il sistema di business intelligence riesce a fornirci, non sarei in grado di pren-

è stato fondamentale avere al nostro fianco un consulente che conoscesse a fondo sia il mercato generale che le specificità del settore delle farine. Vivo immersa nei numeri e, mentre in passato trascorrevi più tempo a verificare i dati che a prendere decisioni, oggi posso affrontare l'analisi dei nostri dati con molta più tranquillità».

### CONTROLLO DI GESTIONE

Con una storia più recente, ma comunque parallela e coeva a quella di Sinfo One, **San Giorgio Dolce & Salato**, per dimensioni e volume d'affari, è molto simile a Molino Denti e si posiziona tra le prime quattro aziende del suo settore. Il marchio è molto riconosciuto all'estero per le sue ricette tradizionali sfornate da impianti altamente avanzati. Secondo il **direttore generale commerciale Marco Ciron**, gli strumenti di controllo di gestione, implementati grazie a un progetto avviato diversi anni fa in collaborazione con la società parmigiana, hanno avuto un ruolo determinante nel successo di San Giorgio e nei riconoscimenti che l'azienda sta ottenendo. L'ultimo in ordine di tempo, arrivato nel 2023 da Borsa Italiana, assegnato proprio per gli elevati livelli di performance finanziaria. «Strumenti e dati ci



aiutano a prendere coscienza della situazione e a introdurre cambiamenti che difficilmente saremmo in grado di realizzare lavorando solo sulle persone o sull'organizzazione» – spiega Ciron, al termine del suo intervento durante il vivace confronto che ha visto la partecipazione di numerose aziende di spicco, protagoniste, insieme a Sinfo One, delle storie di copertina di *Data Manager*: il marchio globale del riso **Euricom**, l'italianissima **Italpizza** e la giapponese (ma di origine emiliana) **Toyota Material Handling Manufacturing Italia**. In futuro, ci saranno molte altre occasioni per raccontare i successi delle altre aziende presenti alla celebrazione del quarantesimo anniversario di Sinfo One: **Amica Chips**, **Casalasco Società Agricola**, **Fratelli Galloni**, il **Consorzio Agrario Cremona**.

### L'ITALIA CHE VUOLE CAMBIARE

Ma per andare alle origini di questo futuro bisogna risalire al 1984, quando i tre fondatori di Pragma – il primo nome di Sinfo One – decidono di muovere autonomamente i loro passi in un settore informatico ancora tutto da inventare. Il personal computer è già un'invenzione matura ma l'esperienza di Pomi e dei suoi due soci affonda le radici nel passato di questa disciplina. Un passato fatto di elaboratori mainframe, dei primi mini-computer e di un'industria del software nata sostanzialmente a supporto di questi sistemi e con l'idea che proprio grazie al software, il computer avrebbe potuto scatenare una trasformazione più profonda nel modo di gestire le imprese. «Ciascuno di noi aveva il proprio bagaglio di esperienza, ma le valigie erano ancora vuote» – racconta **Rosolino Pomi**, ricordando quei primi

che si ritrova, ancora per colpa di eventi bellici, ad affrontare la sua prima, grande crisi energetica. È il 1973 e con la benzina che scarseggia e gli svincoli autostradali che la domenica diventano piste di pattinaggio, anche Rosolino Pomi finisce in cassa integrazione. Quello stesso anno, il destino del bit busserà inaspettatamente alla porta del suo ufficio. «Al mio rientro in Pirelli, fui selezionato per partecipare ai test attitudinali che IBM proponeva alle aziende clienti. Fu così che insieme ad altri undici colleghi smisi di occuparmi di elettricità e cominciai a lavorare sui sistemi informativi». Nel 1974, il futuro fondatore di Pragma lascia Pirelli e viene assunto in Barilla. All'epoca, il colosso alimentare parmense attraversa una delle fasi più peculiari della sua storia. Nel 1971, i due fratelli Pietro e Gianni avevano ceduto il pacchetto di maggioranza dell'azienda alla multinazionale americana Grace. In breve tempo, Barilla si espande con l'acquisizione in Italia di un altro noto marchio di pasta. L'anno in cui Rosolino Pomi inizia a lavorare nell'informatica del gruppo è anche quello del lancio di uno storico brand di biscotti. Nel 1979, arriva la clamorosa svolta: Pietro Barilla decide di riprendersi la quota di controllo che era stata ceduta agli americani otto anni prima, proseguendo però su un solco manageriale, che con mezzo secolo di anticipo, rappresentava già un forte elemento distintivo.

### IL SOFTWARE PER DECIDERE

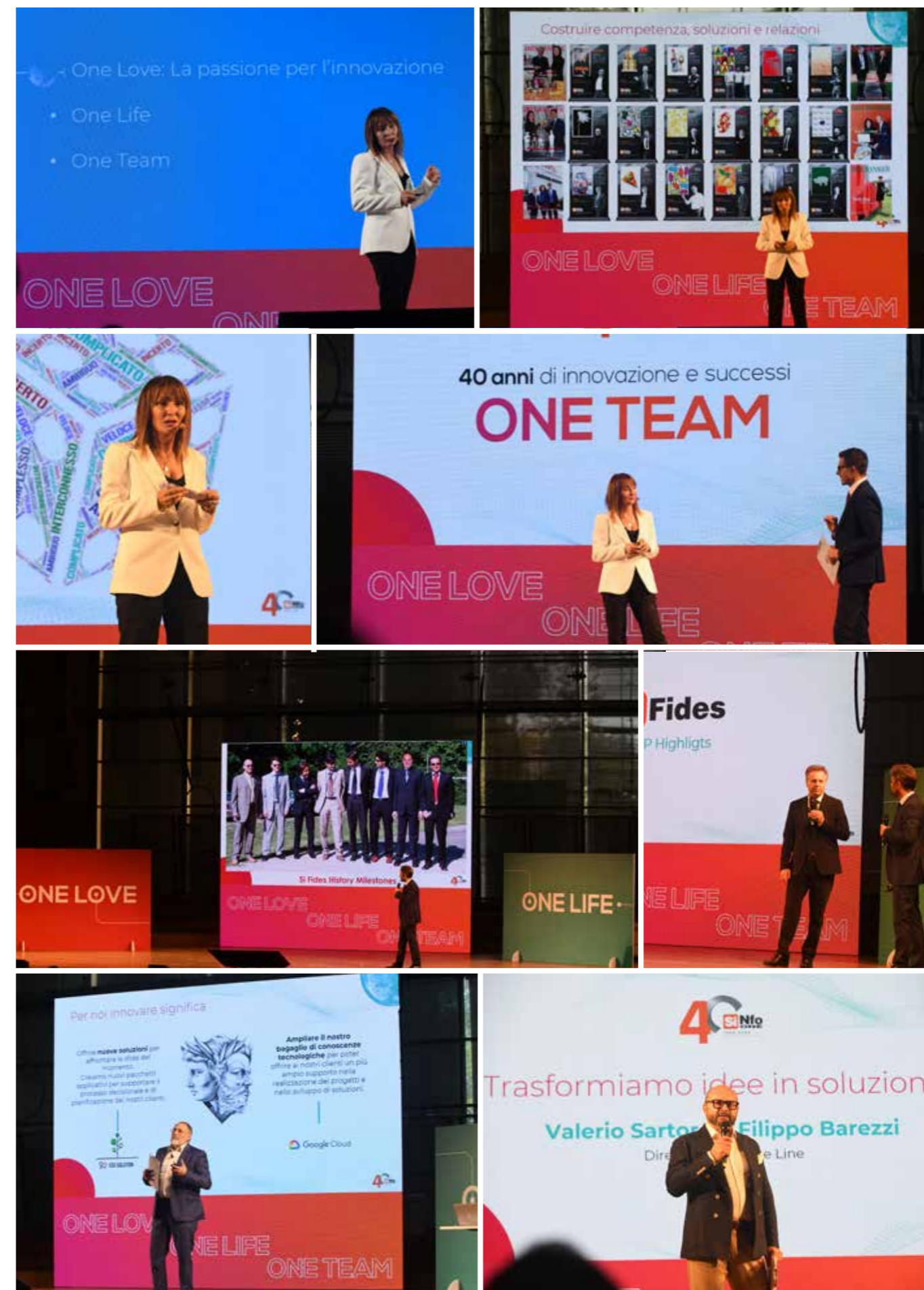
«Parliamo di una cultura aziendale molto diversa, molto americana» – riprende **Rosolino Pomi**, che negli ultimi anni in Barilla lavora sul controllo di produzione, sul magazzino e su altri componenti del nuovo

## Know-how e dimensione internazionale, Sinfo One con oltre 20 milioni di fatturato si conferma leader nell'innovazione e la consulenza IT nel Food & Beverage

passi. «Emilio Pescatori aveva lavorato con le banche e non a caso uno dei primi grandi clienti di Pragma fu la Cassa di Risparmio di Parma e Piacenza, poi rilevata da Crédit Agricole. Alvaro Guiggi Semama veniva dal settore parastatale. Io, invece, provenivo da una lunga esperienza in Barilla, dove nei dieci anni precedenti avevo lavorato su un primo grande progetto di revisione dei sistemi informativi e delle procedure gestionali».

Una delle prime referenze conquistate da Pragma fu Italgel, produttore di gelati parmense che nel 1975 fu rilevata dalla SME del gruppo IRI e nel 1993 fu privatizzata con la vendita all'asta a Nestlé. Nei suoi dieci anni in Barilla, dal 1974 al 1984, Pomi svolge un lavoro da "informatico". E come molti rappresentanti della stessa generazione imprenditoriale del nascente settore hi-tech, il mestiere non lo ha imparato a scuola. «I miei studi di perito elettrotecnico mi avevano procurato, dopo il militare, un ottimo posto di progettista in Ercole Marelli. Dopo solo sei mesi sono passato in Pirelli, dove ho continuato a occuparmi di sistemi elettrici». Siamo a cavallo tra anni Sessanta e Settanta, gli anni dell'autunno caldo, delle grandi manifestazioni sindacali. È un'Italia, un mondo intero che vuole cambiare. Un mondo da poco uscito dal boom del dopoguerra,

sistema informatico. «I sistemi informativi non dovevano servire solo per far quadrare il bilancio, ma per guidare un'impresa verso il futuro. Con il ritorno di Pietro Barilla tutto il controllo di gestione venne rivisto in un ambizioso progetto di riscrittura del software che mi vide responsabile di molte parti, sempre sotto il coordinamento generale della società di consulenza direzionale GEA che era stata incaricata di questa revisione». Le relazioni con Barilla non si interrompono neppure quando Pomi decide di diventare imprenditore. «All'inizio, i miei capi non sembravano aver preso bene la mia decisione. Ma dopo poco, arrivò a casa una telefonata. Erano le undici di sera passate e mia moglie si preoccupò. Invece, erano i responsabili del progetto a cui stavo lavorando come interno, che volevano che continuassi il lavoro, ma come parte di Pragma». Per dimostrare la serietà delle intenzioni e far capire la disponibilità a condividere impegni e rischi, Barilla chiede all'intraprendente Rosolino Pomi di entrare a far parte della compagine azionaria di Pragma, rilevando poco meno di un terzo del capitale sociale. Una quota che manterrà fino al 2004. Con Barilla e gli altri importanti clienti, la "creatura" di Pomi continuerà a espandersi e consolidarsi, dotandosi sul finire degli an-



ni 90 di una struttura organizzativa più articolata, con tre distinte aree: divisione Industrie, divisione Banche e divisione Informatica Individuale. Alle soglie del 2000, arriva il momento di registrare ufficialmente il brand che per tanti anni era riuscito a fare meno di un vero e proprio “trade mark”. «Scoprimmo in quel frangente – ricorda Pomi – che il nome Pragma era un po’ inflazionato e così decidemmo di connotarlo meglio, antepoendogli il termine *Sinfo*». E questo è il primo riferimento ufficiale a quella che, nell’autunno del 2007 diventerà Sinfo One Spa. Nel frattempo, le tre business unit diventano sempre più autonome e, di comune accordo con i soci, Rosolino Pomi prende la decisione di scinderle definitivamente, creando tre società separate. Per Pomi e le sue figlie, inizia un’epoca di rinnovate sfide, in particolare con l’apertura di un nuovo fronte sui mercati esteri. Sinfo One comincia a sviluppare forti relazioni non solo con brand italiani inseriti all’interno di grandi gruppi internazionali, ma inseguendo anche una presenza diretta ed esclusiva con società presenti fuori confine.

#### PIONIERE DELLA TRASFORMAZIONE

Un fattore determinante, in questa apertura, è il know-how che Sinfo One ha sviluppato attraverso la sua partnership con l’ERP JD Edwards, stabilita al tempo dell’ingresso in azienda di Paola Pomi. Questa alleanza prosegue anche quando la piattaforma gestionale viene acquisita da Oracle nel 2003 e sarà al cuore di implementazioni di grande prestigio, come il pionieristico progetto di trasformazione di **Toyota Material Handling Manufacturing Italy**, una delle

#### KNOW-HOW, SPECIALIZZAZIONE E LEGAME CON IL TERRITORIO

**Paola Pomi** non si stanca di ribadire l’importanza strategica del capitale umano di Sinfo One, un’impresa fondata sulla passione per l’innovazione e sull’ascolto del cliente. «Si sono succedute diverse ere geologiche in un mondo che abbiamo vissuto fin dall’inizio, dalla fornitura di hardware e consulenza, fino alle nuove frontiere dell’intelligenza artificiale che oggi rappresentano per tutti una formidabile leva di cambiamento» – racconta la CEO con delega alle operations. «In mezzo c’è di tutto, dall’informatica generalista che partiva molto legata al cosiddetto “ferro”, alla specializzazione sempre più verticalizzata in base alle richieste del mercato». Ecco perché per raccontare questo percorso, Sinfo One ha fortemente voluto le testimonianze dei clienti, selezionando coloro che hanno collaborato con l’azienda fin dall’inizio, fino ad arrivare alle acquisizioni più recenti e prestigiose. Una scelta che vuole evidenziare l’evoluzione di Sinfo One attraverso le esperienze dirette di chi ha beneficiato delle sue soluzioni nel corso degli anni. Clienti che, come abbiamo visto, hanno saputo attuare la loro trasformazione digitale insieme agli esperti reclutati e diretti da Paola Pomi verso un comune obiettivo: una soluzione informatica nata da uno standard di eccellenza, ma perfettamente adatta alle esigenze più specifiche. «In particolare nel settore alimentare – spiega la CEO di Sinfo One – ci sono clienti che possono sembrare simili ma che hanno fatto scelte molto diverse nelle loro implementazioni. A prescindere dal settore in cui il cliente opera, noi puntiamo a fornirgli l’abito tecnologico su misura adatto alle sfi-

de da affrontare». Per sviluppare questa capacità, Sinfo One ha affinato un preciso meccanismo di introduzione delle competenze da mettere a disposizione dei singoli progetti. Un meccanismo che fa leva su due aspetti. Da un lato, l’accurata selezione delle persone è stata facilitata dai contatti diretti che l’azienda ha stabilito con le università, e che hanno portato all’attivazione di due contratti di docenza per il corso di Laurea Magistrale presso l’Alta Scuola di Management & Economia Agroalimentare dell’Università Cattolica del Sacro Cuore. Dall’altro, l’azienda si impegna a creare un ambiente di lavoro stimolante che, come sottolinea Paola Pomi, promuove costantemente le “soft skill”, i valori condivisi e la valorizzazione di un territorio che sa coniugare, come pochi, l’arte di vivere con quella di innovare. Insieme al know-how, negli anni sono cresciuti, oltre al portafoglio clienti, il senso di responsabilità che Sinfo One ha sempre manifestato nei confronti del contesto sociale in cui opera. Una responsabilità che assume azioni concrete, nel campo del volontariato e dello sport, un ambito che grazie a tante fortunate sponsorizzazioni (tra tutte quelle della pallavolo, giocata ai massimi livelli nazionali), continua a esprimere visibilità ed “esprit de corp”. **DM**

### SiFides, l’ERP proprietario utilizzato in otto nazioni, si arricchisce di SiBy ESG, il software innovativo per ottimizzare processi legati a sostenibilità e governance

fabbriche di veicoli industriali che il gruppo giapponese controlla nel mondo. La nuova dimensione internazionale di Sinfo One ha avuto importanti ripercussioni anche sul piano degli assetti finanziari di un’azienda che non smette di sperimentare nuovi modelli di crescita e sostenibilità. Nel 2018, per esempio, dopo averla selezionata per lo sviluppo dei propri piani di trasformazione digitale, il gruppo tedesco Tönnies, leader europeo della lavorazione della carne, chiederà alla famiglia Pomi di rilevare – come tanti anni prima aveva fatto Barilla – una quota di minoranza del capitale. Contestualmente, l’azienda stipula un analogo accordo con un investitore controllato dalla francese Unigrains, il Fondo Agroalimentare Italiano. Dopo tre anni, Tönnies deciderà di disinvestire: la quota verrà riacquistata in parte dalla famiglia Pomi, che da fine 2023 ha incrementato la propria quota al 65% del capitale societario che vede ancora Unigrains Italia come socio di minoranza. Del resto, come spiegato dal presidente sul palco, l’intento alla base dell’apertura di capitale non è mai stato quello di cedere il controllo dell’azienda, piuttosto di aprire canali per poter accedere a grandi progetti di importanti clienti.

