

DATA MANAGER

LA RIVISTA PROFESSIONALE DELL'INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGY

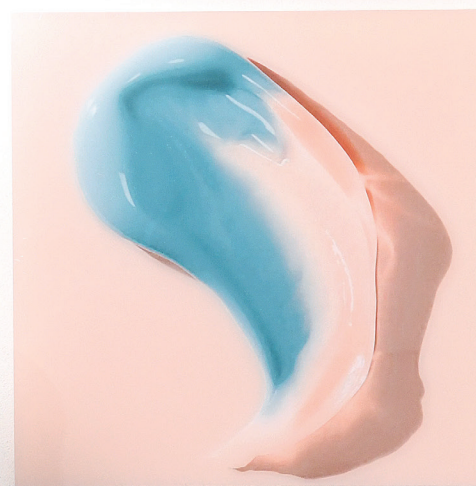
TOP LIST
SOSTENIBILITÀ
2025

COVER STORY

Paola Pomi e Annalisa Tortini

Neovalis e Sinfo One Beauty powered by innovation

SICUREZZA SASE RIDEFINISCE IL CLOUD
SMART BUILDING ECOSISTEMI ATTIVI



Neovalis e Sinfo One

Beauty powered by innovation

Da laboratorio di idee a marchio indipendente della cosmetica, Neovalis abbandona la produzione conto terzi e si concentra su una linea di innovativi “own brand”, supportata dalla piattaforma gestionale AI-driven per rafforzare l’operatività, orchestrare il canale e pensare al retail **di Andrea Lawendel - foto di Gabriele Sandrini**

Paola Pomi
CEO di Sinfo One

Annalisa Tortini
direttrice della ricerca
e vicepresidente del board di Neovalis

In prima battuta può sembrare strano, ma il futuro di **Neovalis** (www.beautyspa.it), azienda parmense di prodotti skincare a base di ozono nel complesso mercato dei marchi indipendenti è legato anche al ritorno a un software gestionale – *Si Fides* di Sinfo One – che la stessa azienda aveva utilizzato con molta soddisfazione in passato, prima di decidere, sulla base di un'esigenza di integrazione con la clientela, di migrare su una piattaforma ERP internazionale.

L'industria della preparazione cosmetica ha molte affinità con quella alimentare, soprattutto in una realtà come Neovalis, che fa leva su ingredienti naturali e biologici. Il consapevole governo dello stoccaggio e della movimentazione delle materie prime, il loro tracciamento ai fini del pieno controllo dei processi manifatturieri e della qualità sono prioritari. Come la capacità di orchestrare un canale distributivo che mescola elementi B2B e B2C.

La scelta di riconfermare oggi **Sinfo One** (www.sinfo-one.it) dimostra la fiducia nei confronti di un partner tecnologico che nel corso del tempo ha saputo consolidare e diversificare le proprie originarie competenze dal food ad altri settori industriali, molti dei quali hanno proprio nel concetto di "ricetta" i loro modelli produttivi. Tanto più considerando, oltre a questo, l'evoluzione di *Si Fides*, un ERP ormai estremamente ricco e a tutto tondo, in grado di spaziare dal controllo della produzione alla qualità, dalla tracciabilità alla gestione delle vendite complesse, dall'analisi finanziaria e della busi-

MERCATO IN EVOLUZIONE E RITORNO ALLE ORIGINI

L'ingresso nel settore avviene in un momento in cui il mercato stesso è in pieno fermento, sia sul piano della competitività, sia dal punto di vista delle strategie e dei canali di vendita. In particolare, per Neovalis il canale di riferimento non è, al momento, il retail, ma i centri estetici professionali. Un mondo che introduce nell'equazione un ulteriore livello di complessità, vista l'estrema varietà di un mosaico costituito da oltre 30mila operatori, ancora relativamente poco esposti ai fenomeni di concentrazione e networking registrati in geografie più mature come il Regno Unito, la Germania, la Francia. Per orchestrare la relazione con questa controparte commerciale, occorrono capacità e strumenti software adeguati. La nipote di Primo, Annalisa Tortini, che nel team dirigenziale appartiene, insieme ai suoi cugini, alla seconda generazione di imprenditori e manager, racconta che cosa ha portato Neovalis, alla fine del 2024, a coinvolgere la società di consulenza della famiglia Pomi in questa nuova avventura. «Cosmoproject in realtà si era già evoluta come azienda ibrida – spiega Tortini – affiancando alla sua funzione fondamentale di terzista B2B, una limitata attività di produzione in proprio, principalmente sotto il marchio Beauty Spa». La svolta rispetto al passato arriva nel momento in cui l'orbita di Cosmoproject si avvicina a quella di un'altra azienda cosmetica a

Mercato beauty da 17,5 miliardi di euro, in crescita del +5% all'anno. La competizione si sposta dalla sensibilità green alla centralità della ricerca scientifica applicata

ness intelligence. Proprio le ultime due – secondo **Annalisa Tortini**, chimica di formazione, **direttrice della ricerca e vicepresidente del board di Neovalis** – saranno oggetto di ampliamento applicativo per rafforzarsi anche sul piano del controllo del marketing e della comunicazione, ora che l'operatività quotidiana è assicurata dalla buona (e praticamente fulminea) riuscita del progetto *Si Fides*. Il brand di cui si sta parlando rappresenta infatti per molti versi una novità nella trentennale storia imprenditoriale della famiglia Tortini nel mercato della cosmetica. Dopo la storica attività di produzione conto terzi avviata sotto l'insegna Cosmoproject, Neovalis segna infatti l'ingresso della squadra creata nel 1993 da Primo Tortini nel campionato dei marchi di proprietà. Il focus dell'azienda si rivolge al segmento del cosiddetto "skin care", quelle che un tempo si sarebbero chiamate semplicemente "creme di bellezza" e oggi comprendono una pletora di sostanze nutrienti, rassodanti, idratanti, detergenti e via elencando, destinata (in chiave tra l'altro sempre più unisex) alla cura e alla protezione della pelle.

capitale familiare, la Ancorotti Cosmetics di Crema: un territorio quasi contiguo, ma separato dalla tortuosa linea di demarcazione del fiume Po. Nel 2021, il fondatore Renato Ancorotti, che qualche anno prima aveva ceduto una quota di minoranza a un fondo di investimento, aveva optato per un rafforzamento del modello "private equity" oggi favorito da molte imprese italiane "di famiglia". Come socio, questa volta di maggioranza, arriva la società londinese L-GAM, costituita a sua volta in partnership con la famiglia regnante del Principato del Liechtenstein. «A marzo di quest'anno – riferisce Tortini – Ancorotti Cosmetics acquisisce Cosmoproject attraverso la creazione di una holding che continua ad avere L-GAM come socio di maggioranza, con le quote restanti ripartite tra le famiglie Ancorotti e Tortini. Contestualmente, quella che era una attività secondaria all'interno di Cosmoproject, ossia Neovalis, viene "spinoffata" con il marchio che Primo Tortini aveva utilizzato in passato e oggi viene ripreso per lanciare una società indipendente, che manterrà un rapporto cliente-fornitore con Cosmoproject.



Paola Pomi CEO di Sinfo One

STARTUP CON 30 ANNI DI KNOW-HOW

È in questa circostanza che Sinfo One è stata chiamata a intervenire con un primo fondamentale obiettivo: supportare la piena operatività di quella che a tutti gli effetti può essere considerata “una startup con una trentina d’anni d’esperienza” e aiutarla, nel corso del tempo, a rendere sempre più efficace il suo approccio al mercato. Ma perché proprio Si Fides? Le strade delle due aziende si erano incrociate la prima volta oltre vent’anni fa, quando Cosmoproject aveva adottato la piattaforma gestionale proprietaria. I comunicati di allora evidenziano l’obiettivo di “mettere in sicurezza tutta la catena del valore della produzione, garantire il controllo assoluto di ogni processo e dare maggiori garanzie di qualità ai propri clienti”. Il connubio durò per una decina d’anni, fino a quando l’arrivo di una nuova direzione operativa in Cosmoproject espresse il desiderio di adottare un nuovo sistema ERP per omologarsi alle scelte di una clientela che comprendeva nomi del calibro di Fendi, Krizia, Dolce & Gabbana, Acqua di Parma, Versace, Ferrari. All’epoca fu un passaggio difficile, anche a causa della copertura applicativa incompleta del nuovo ERP, e guardando a quella operazione con gli occhi e le esigenze di oggi, Annalisa Tortini riconosce di apprezzare ancora di più la soluzione ed il lavoro svolto dal team di Sinfo One, che in pochi mesi ha curato il ritorno di Neovalis a una piattaforma che ai tempi si era guadagnata il favore di tutti i suoi utenti. «Quando era stata concepita all’interno di Cosmoproject, Neovalis era un laboratorio di

terni a Cosmoproject di cui ci eravamo sempre serviti. Abbiamo dovuto esternalizzarli e di conseguenza il capo progetto di Sinfo One, Luca Rossini, ha reimpostato e testato in tempi ridottissimi le logiche del sistema con tutte le codifiche riguardanti il modulo per la gestione del magazzino». Lato Neovalis il progetto è stato seguito da Simona Arcari, l’avviamento ha coinvolto tutti i collaboratori, oggi perfettamente formati e operativi sulla piattaforma. In termini numerici gli utenti gestiti non sono tantissimi, si tratta però di un progetto ad ampio spettro, perché con i suoi moduli Si Fides arriva a coprire sei aree funzionali: il Finance (contabilità, contabilità analitica, cespiti); gli Acquisti (ordini, condizioni, ricezione merce); le Vendite e la Logistica (condizioni commerciali e promozionali, ordini dei clienti, consegne, resi); il Magazzino (movimentazione, giacenze); la Fatturazione elettronica e l’archiviazione ottica; e – ultima, ma non per importanza – la Business intelligence e la Reportistica. Il lavoro, che si è svolto tra la seconda metà di dicembre 2024 e l’inizio della primavera successiva, ha comportato la totale riprogettazione dell’impianto anagrafico per clienti e prodotti, nonché la normalizzazione dei dati ereditati dal precedente sistema ERP – che continuerà a funzionare in Ancorotti Cosmetics – con relativa attivazione di nuovi attributi di classificazione e transazionali. E infine, la configurazione dei flussi distributivi e amministrativi legati alla gestione del ciclo attivo, del ciclo passivo e del magazzino (con i mutamenti last minute di cui si è parlato per le necessità di esternalizzazione).

Cosmetica avanzata e AI, Si Fides di Sinfo One integra algoritmi predittivi per ottimizzare vendite, logistica e pianificazione lungo l’intero ciclo di vita del prodotto

idee» – racconta la vicepresidente del board. «Anche dal punto di vista organizzativo non era una business unit separata. In altre parole, all’interno del sistema gestionale adottato, ogni dato riferito alle attività sui marchi di proprietà era integrato: individuare le informazioni pertinenti non era un compito banale».

LA NUOVA FORMULA

Il primo merito di Sinfo One consiste in definitiva nell’aver mappato con successo sul nuovo sistema informativo tutti i processi che riguardano la startup Neovalis. Oltretutto svolgendo questa funzione di consulenza proprio nelle settimane in cui Cosmoproject doveva affrontare il complesso percorso di “due diligence” che caratterizza le storie di ingresso di un fondo di private equity, con tutte le metriche e i controlli incrociati del caso. Nel suo appassionato racconto, Tortini fa un esempio significativo della capacità del team di consulenti nel sopperire alle difficoltà incontrate. «A cinque giorni dal closing dell’operazione Ancorotti, a Neovalis viene annunciato che per motivi legati alla prevenzione degli incendi non sarebbe stato fisicamente possibile utilizzare i magazzini in-

READY TO RUN

Il primo obiettivo da centrare era garantire la piena operatività fin dal “day one” per un’azienda che, per la prima volta, ha come mission principale lo sviluppo e la commercializzazione dei propri prodotti. Una sfida tutt’altro che semplice per Neovalis. Il mercato del beauty vale in Italia 17,5 miliardi di euro, secondo il “rapporto congiunturale” 2025 di Cosmetics Italia, l’associazione di categoria afferente a Confindustria. Rispetto al 2024, la crescita è oltre i cinque punti percentuali, in linea con le medie registrate negli ultimi dieci anni. «Si tratta di un mercato in perenne cambiamento» – osserva Tortini. «Per i marchi storici, come del resto per tutto il settore del lusso, è un momento molto difficile, caratterizzato da una forte pressione da parte dei brand indipendenti. Dopo la fase “green” che aveva dominato negli anni del Covid, un aspetto interessante è che stiamo assistendo a un grande ritorno della centralità della ricerca scientifica applicata alla cosmesi, con le vendite in farmacia in netta crescita».

Il connubio tra cosmesi e medicina è una tendenza in crescita, che riflette una visione della pel-



le non solo come involucro e simbolo di bellezza, ma come organo del nostro corpo, a tutti gli effetti, da curare con un approccio sempre più olistico. In questa prospettiva il cosmetico si integra alla dieta corretta, ad alimenti sani e cibi “arricchiti” (nutraceutica) e all’attività sportiva, persino alla chirurgia. Il centro estetico, che rappresenta il principale canale commerciale di Neovalis, diventa uno snodo fondamentale per acquisire una maggiore consapevolezza e ricevere i giusti input sui prodotti da acquistare e consumare. Ma per questo deve crescere professionalmente e rispondere alla diffidenza che le giovani generazioni di acquirenti mostra nei confronti di tutti i canali convenzionali. «I giovani cercano sui social le informazioni sulle ultime creme che arrivano da geografie in crescita come la Corea» – spiega Tortini. «Le protagoniste per questa fascia di mercato sono le figure come l’Estetista Cinica, nickname di Cristina Fogazzi, notissima influencer di una cosmesi “consapevole” e fondatrice, dopo l’iniziale carriera di consulente nei centri estetici, di una apprezzata impresa indipendente. Alla luce di questi cambiamenti, Neovalis deve costruire una relazione con il canale in cui competenza di prodotto, qualità e conoscenza del mercato hanno un peso paritario e i dati che Si Fides rende accessibili e sfruttabili diventano il presupposto più solido di una crescita anche culturale, che può proiettare l’azienda verso i suoi nuovi traguardi.

muoverci sulle nostre gambe con tranquillità – la riconosciuta forza dei nostri brand, unita alla comunicazione efficace e alla strategia marketing mirata, può davvero far sbocciare tutto il potenziale della visione che da sempre accompagna il nostro lavoro e le nostre idee» – conclude Annalisa Tortini.

Dalle parole della vicepresidente emergono tutte le peculiarità e i vincoli al contorno di un’azienda coinvolta in processi manifatturieri, che **Paola Pomi, AD di Sinfo One**, ha sempre giudicato molto affini ai casi di eccellenza che il software Si Fides ha aiutato a costruire nel comparto Food & Beverage. «Il mondo della cosmesi è nelle corde di una piattaforma pensata sin dalle origini per il cosiddetto process manufacturing» – spiega Pomi. «A un recente convegno di un’associazione di biologi nutrizionisti, ho apprezzato la definizione di un mestiere che vuole “prendersi cura delle persone dentro e fuori”. Nella produzione, molti degli ingredienti che oggi mettiamo nei cibi salutari sono le materie prime di valore per la cosmesi e richiedono le stesse capacità di tracciamento. Altre similitudini si ritrovano sul fronte distributivo, dove persino i cluster che definiscono la clientela e i canali per raggiungerla si somigliano».

DECISIONI AI-DRIVEN

A parte la rapidità dei tempi di esecuzione del progetto, non è stato troppo difficile calare Si Fides nell’operatività quotidiana di Neovalis come azienda che abbandona il modello della produzione su com-

Sei aree funzionali, un’unica piattaforma, l’intelligenza di Si Fides al servizio di Neovalis: un ERP esteso per orchestrare ogni processo unendo dati e operatività

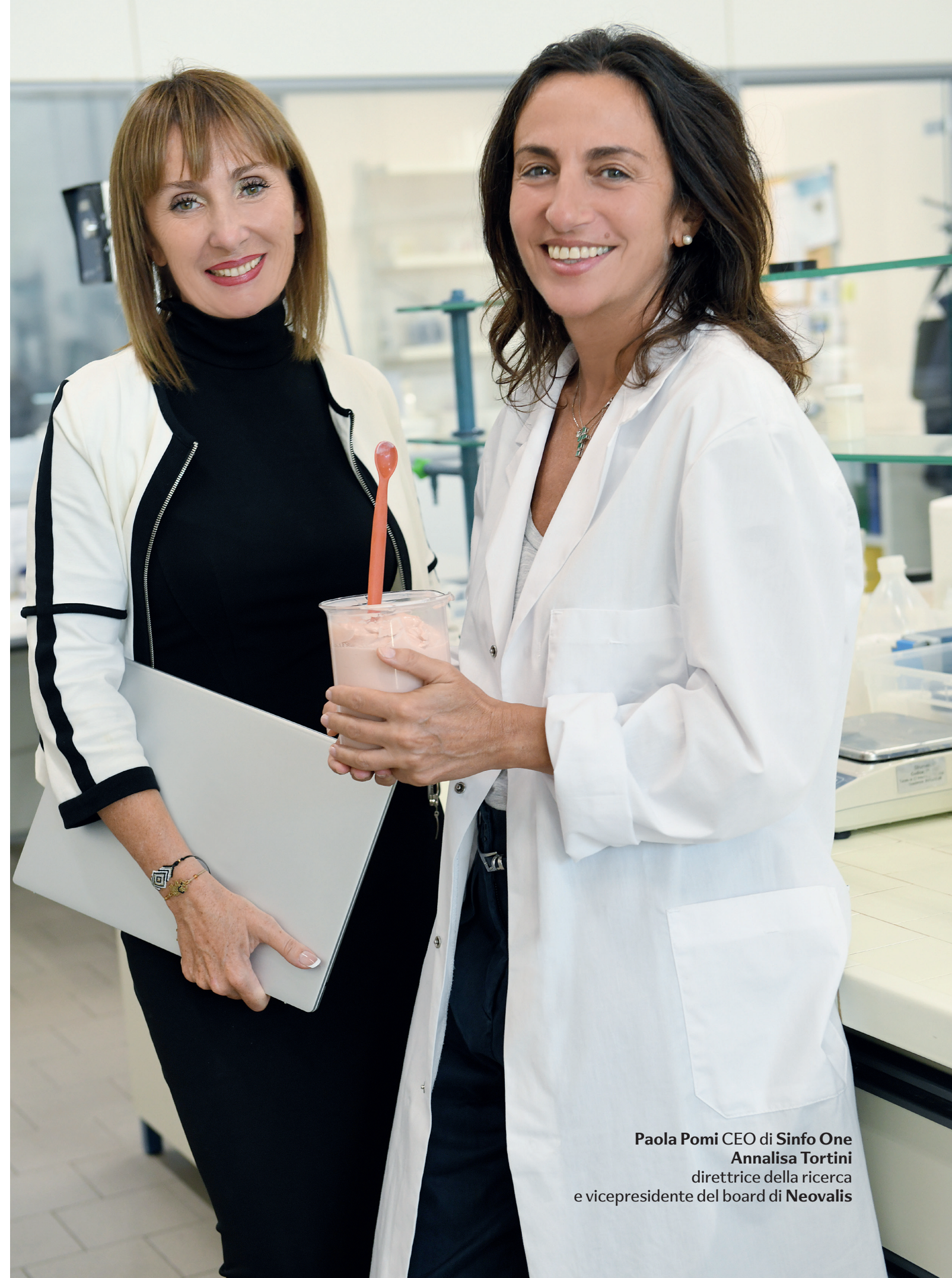
L’AI POTENZIA LE VENDITE

Se i centri estetici assumono una funzione sempre più determinante nell’indirizzare i cosmetici verso consumatrici e consumatori, la piattaforma Sinfo One dispone di tutte le funzionalità necessarie per stimolare e favorire il rendimento complessivo di questo canale, mettendo per esempio a disposizione un potente motore per gestire le relazioni B2B e misurare il rendimento delle politiche di promozione e scontistica.

Un aiuto fondamentale per seguire “scientificamente” le vendite, insieme agli strumenti avanzati e abilitanti come l’intelligenza artificiale, che possono essere direttamente utilizzati dagli agenti commerciali, dagli addetti alla logistica dei prodotti e, naturalmente, da chi deve pianificare le campagne di penetrazione sul mercato. «I primi segnali positivi dell’autonomia che abbiamo ottenuto con lo spin-off si vedono già. Abbiamo creato due nuove posizioni, con la nomina di Mauro Luciani a direttore commerciale e di Simona Vernasca come responsabile del marketing. Entrambi provengono dall’ambiente della cosmetica e vantano una consolidata esperienza. Ora che Si Fides ci ha consentito di

messa, per lanciarsi in quello orientato al brand personalizzato. A essere cambiata, rispetto agli anni in cui Sinfo One aveva scritto la sua prima storia di collaborazione con Cosmoproject, è l’ambizione di un software che secondo i canoni più recenti delle piattaforme ERP, vuole essere più uno strumento di competitività che di semplice conformità con le normative contabili e fiscali: una tecnologia in grado di supportare Neovalis nel prendere le giuste decisioni di business. Anche fuori dal laboratorio chimico.

«Grazie al coinvolgimento nei singoli progetti del nostro team di ricerca e sviluppo e all’ascolto costante delle esigenze delle aziende, Si Fides sta vivendo una fase di profonda trasformazione, evolvendo da sistema gestionale a cuore pulsante dell’innovazione aziendale» – afferma Pomi. Lo slogan “Oltre l’ERP” ha del resto caratterizzato la recentissima edizione del consueto *User Group Si Fides*, il convegno che ogni anno riunisce gli utenti della piattaforma gestionale per fare il punto sulle ultime novità che la riguardano, sulle implementazioni di maggior successo e sulle linee evolutive più immediate. Al centro del palcoscenico dell’evento, tenutosi a metà ottobre all’APE Par-



Paola Pomi CEO di Sinfo One
Annalisa Tortini
 direttrice della ricerca
 e vicepresidente del board di Neovalis

ma Museo, l'innovativo centro culturale e museale di Fondazione Monteparma, c'era l'ultima versione di Si Fides, che grazie all'integrazione di frontiera con l'intelligenza artificiale diventa una soluzione sempre più smart e strategica. «Oggi, possiamo veramente parlare di soluzioni di intelligenza integrata» – ribadisce Pomi. «Proprio per sottolineare che l'intelligenza artificiale non può più essere considerata un modulo aggiuntivo, ma diventa un elemento fondante, che abilita le funzioni predittive del software e agisce in background per automatizzare i processi chiave».

L'EXTENDED ERP CON SI FIDES

Per chi deve gestire la produzione sono inoltre arrivati importanti upgrade in termini di usabilità ed efficienza. Si Fides si presenta con una nuova interfaccia per tutte le funzionalità relative al controllo del processo, resa più intuitiva e user friendly per supportare al meglio la reattività e la precisione della schedulazione dei production manager, in linea con il concetto di "Extended ERP".

La validità dell'approccio basato sugli algoritmi di AI predittiva e machine learning è confermato dall'esperienza di un gruppo internazionale come Itaipizza, uno dei clienti che Sinfo One ha scelto come "testimonial" dell'evento di ottobre. Itaipizza, dinamico protagonista del settore della pizza surgelata Made in Italy (nel 2020 *Data Manager* gli aveva dedicato una cover story "a quattro mani"), ha raccontato che proprio grazie all'intelligenza artificia-

di aumentare la qualità, tracciabilità e l'efficienza dei processi. Saperli controllare al meglio può facilitare i percorsi di certificazione dei prodotti, che in questa industria sono governati da regole molto specifiche».

SOSTENIBILITÀ E INCLUSIONE

L'arrivo di tanti nuovi progetti permetterà all'azienda parmense di chiudere l'anno con un volume d'affari superiore ai 25 milioni di euro, mentre il novero dei collaboratori supera ormai la quota di 180 "teste". Sono collaboratori che trovano in Sinfo One un ambiente di lavoro stimolante sia sul piano professionale sia per l'attenzione alla responsabilità sociale e ambientale. «Nella Classifica dell'ICT Sostenibile di *Data Manager* abbiamo guadagnato trentuno posizioni alla voce sostenibilità. E alla nostra lunga lista di certificazioni, abbiamo aggiunto quella di formatori "Industry 4.0", che consente ai clienti che adottano le nostre soluzioni di poter accedere ai benefici governativi per la formazione del proprio personale, e quella per la gender equality» – dichiara Paola Pomi, da anni impegnata anche come docente nei corsi di Ingegneria Informatica dell'Università di Parma e nel *Master of Science in Agricultural and Food Economics*, dell'Università Cattolica. «Il settore informatico deve ancora fare parecchia strada in direzione dell'uguaglianza di genere» – ammette la CEO di Sinfo One. «Al mio ultimo corso di ingegneria di quest'anno non si è iscritta nessuna studentessa. Per fortuna a Cremona la situazione è molto più equilibrata». Non è solo

Persone, innovazione e responsabilità d'impresa: Sinfo One cresce di 31 posizioni nel ranking dell'ICT sostenibile e ottiene la certificazione per la gender equality

le ha registrato per la sua affiliata spagnola una significativa ottimizzazione dei processi di gestione ordini su larga scala. Tra le altre testimonianze c'era anche quella di Fine Cosmetics azienda del gruppo Fine Foods attiva (come Cosmoproject) nel campo dello sviluppo e della produzione in conto terzi di preparati destinati all'industria cosmetica, farmaceutica e nutraceutica, che vede nella digitalizzazione dei suoi processi una imprescindibile leva competitiva, specie per una azienda quotata. «Come per Neovalis, i nostri clienti riconoscono l'efficacia di Si Fides come strumento di gestione sempre più ricco e diversificato, ma anche la capacità dei nostri consulenti di comprendere le esigenze ed entrare nei loro problemi» – sottolinea ancora Paola Pomi. Nel 2025, Sinfo One ha aggiunto qualcosa come otto nuovi clienti al suo portafoglio di implementazioni. Alcuni tra questi provengono dal settore del food, ma ormai l'azienda di Parma può vantare competenze in diversi altri ambiti manifatturieri. «La cosmesi, lo abbiamo già detto, ha molte affinità con il settore della chimica. L'arrivo di una piattaforma ERP può significare molto in termini di capacità

una questione di equità. In un Paese con deficit demografico e con una predominanza maschile nelle materie STEM, diventa sempre più difficile reperire giovani talenti: la scuola, infatti, oggi fatica a formare specialisti in informatica, matematica e scienze in numero adeguato a soddisfare le esigenze delle imprese. Insomma, il "patriarcato tecnologico" finisce per penalizzare in prima battuta proprio il business dello sviluppo del software, che oggi è chiamato a dare un fondamentale contributo in termini di innovazione».

Nonostante la difficoltà nel recruiting, Sinfo One continua a crescere, attirando nuove generazioni di consulenti, sviluppatori e sviluppatrici capaci di venire incontro all'evoluzione di Si Fides e alle ambizioni dei suoi utilizzatori. «In un contesto professionale generalmente segnato da un elevato turnover, non mancano però le storie di collaboratori che scelgono di tornare a lavorare con noi dopo aver esplorato altri percorsi, magari come consulenti esterni» – conclude Paola Pomi. Nel caso di Neovalis, è il cliente stesso che sceglie, per avere successo, di fare ritorno nella casa di una tecnologia più concreta, a misura di Made in Italy. **DM**

