



In collaborazione con

ORACLE[®]

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro

Presenta

**DAL MARKETING STRATEGICO
ALLA QUALITÀ:
BEST PRACTICE DI GOVERNANCE
DI IMPRESE ALIMENTARI**

PARMA

26 febbraio 2016 - Ore 9.00

Hotel NH Parma

Agenda

- 9.00** Accredito partecipanti
- 9.30** Benvenuto e apertura lavori
Modera **Chiara Lupi**, direttore editoriale di **ESTE**
- 9.40** *Le sfide del settore F&B Italiano e Internazionale: differenze e scenari prospettici*
Paolo Preti, professore di organizzazione aziendale – **UNIVERSITÀ BOCCONI**
- 10.15** *Marketing strategico e competitività: come utilizzare le analisi dell'andamento dei vari prodotti/mercati per mettere in atto le corrette azioni di gestione aziendale per una crescita competitiva*
Alberto Alfieri, amministratore delegato – **FIORUCCI**
- 10.40** *Global specification management: capitalizzare specifiche di prodotto e ricette in aziende globali per ottimizzare la supply chain e per affrontare al meglio i temi normativi in ambito nazionale e internazionale*
Ronald Schrödter, director quality assurance – **INTERSNACK**
- 11.00** Pausa caffè
- 11.30** *New Product Development: casi nazionali e internazionali, differenze e similitudini.*
Cesare Tarricone, senior project manager PLM – **SINFO ONE**
- 11.55** *Il ruolo della qualità nelle aziende alimentari*
Fabrizio Fichera, direttore marchi italia e marketing – **CONSORZIO CASALASCO DEL POMODORO**
- 12.20** *IT: Quali strumenti e quali leve a supporto dell'innovazione nelle aziende alimentari*
Paola Pomi, direttore generale – **SINFO ONE**
- 12.45** Tavola rotonda con i relatori
- 13.15** Pranzo a buffet
- 14.00** Caffè con gli esperti: 30 minuti di confronto e approfondimento con gli esperti e i relatori

Moderatrice



Chiara Lupi, direttore editoriale
ESTE

Chiara Lupi ha collaborato per un decennio con quotidiani e testate focalizzati sull'innovazione tecnologica e il governo digitale.

Nel 2006 sceglie di diventare imprenditrice partecipando all'acquisizione della ESTE, casa editrice storica specializzata in edizioni dedicate all'organizzazione aziendale, che pubblica le riviste *Sistemi&Impresa*, *Sviluppo&Organizzazione* e *Persone&Conoscenze*.

Dirige *Sistemi&Impresa* e pubblica dal 2008 su *Persone&Conoscenze* la rubrica che ha ispirato il libro uscito nel 2009 *Dirigenti disperate* e *Ci vorrebbe una moglie* pubblicato nel 2012. Le riflessioni sul lavoro femminile hanno trovato uno spazio digitale sul blog www.dirigentidisperate.it. Nel 2013 insieme con Gianfranco Reboria e Renato Boniardi ha pubblicato *Leadership e organizzazione. Riflessioni tratte dalle esperienze di 'altri' manager*.

SISTEMI&IMPRESA

Management e tecnologie per le imprese del futuro

Sistemi&Impresa approfondisce temi di innovazione d'impresa che interessano diverse funzioni aziendali: direzione generale, finanza, sistemi informativi, produzione e logistica, commerciale e marketing, risorse umane. La rivista racconta di un'innovazione legata alle singole funzioni aziendali che diventa innovazione d'impresa solo se condivisa e partecipata da tutte le divisioni aziendali. Un concept unico – con un focus dedicato all'innovazione nel settore manifatturiero – che mette in relazione il mondo accademico con chi all'interno dell'impresa fa innovazione: i decisori che trasformano le teorie in pratiche di innovazione.

La rivista è legata al progetto multicanale FabbricaFuturo (www.fabbricafuturo.it)

Gli articoli accademici provengono dal **comitato scientifico** della casa editrice.

Gli **Speciali** presentano le opportunità da parte dell'offerta e le best practice dal mondo delle imprese.

Innovazione&Territorio è una nuova iniziativa redazionale dedicata all'analisi e al racconto dei modelli e delle esperienze di innovazione di specifiche aree del Paese.

Ogni numero viene arricchito con best practice e interviste a imprenditori e manager che raccontano **storie di innovazione**.

Le sfide del settore F&B Italiano e Internazionale: differenze e scenari prospettici

Nel momento di passaggio in cui viviamo le imprese possono cogliere molte opportunità: è il tempo della strategia, molto più che dell'organizzazione, del "cosa", molto più che del "come". E' dunque il tempo dell'imprenditore, più e prima che del manager. L'idea imprenditoriale, soprattutto in settori vitali per la nostra economia come l'alimentare, fa la differenza, la modalità organizzativa quasi mai. La battaglia sui mercati, con i clienti e i concorrenti, la si combatte con innovazione, qualità, servizio, creatività e riduzione dei costi. Per esempio, come ben sa la parte migliore dei nostri imprenditori, meglio l'innovazione incrementale oggi che l'improbabile innovazione epocale in un lontano futuro, meglio la certezza operosa delle attuali minori dimensioni che l'attesa delle grandi imprese. E' un presente, quello delle aziende, di fatica, di impegno nell'incertezza, di talenti rischiosi: per avere un futuro sono costrette a credere nel presente. E tuttavia l'orizzonte temporale dell'azione va spesso oltre la stessa loro vita, è motivato dal lasciare qualcosa di cui continuare la cura a chi verrà dopo, sia esso appartenente alla famiglia o meno. Come nella vita vissuta consciamente, dunque, la voglia di futuro determina il presente senza alcuna soluzione di continuità. L'imprenditore vive appieno nell'oggi, anche pericolosamente, ma non vi si ferma perché altrimenti l'azienda, in un mondo in continuo cambiamento, sarebbe velocemente messa fuori mercato e, d'altra parte, la sua idea di futuro deve in qualche modo iniziare a verificarsi nell'istante. È indubbio, e sarebbe grave dimenticarsene, che dietro il successo di un'impresa c'è sempre l'identificazione e la dedizione intelligente di chi ci lavora, a tutti i livelli gerarchici, dal più giovane al più anziano: qui si vuole sottolineare però il ruolo fondante dell'imprenditore.



Paolo Preti, professore di organizzazione aziendale
UNIVERSITÀ BOCCONI

Paolo Preti è professore associato di Organizzazione aziendale presso l'Università della Valle d'Aosta e professore a contratto di Organizzazione delle Piccole e Medie Imprese presso l'Università Bocconi.

Membro del Comitato Direttivo di ENTER (Centro di ricerca sull'imprenditorialità e gli imprenditori) dell'Università L. Bocconi. Autore di numerosi studi e pubblicazioni sulle PMI e sull'innovazione nelle PMI.

Marketing strategico e competitività: Come utilizzare le analisi dell'andamento dei vari prodotti/mercati per mettere in atto le corrette azioni di gestione aziendale per una crescita competitiva.

Riceviamo dati dal mercato, conosciamo tutto delle nostre aziende, studiamo i consumatori per capire i loro bisogni, come possiamo gestire un così gran numero di informazioni, selezionarle, metterle in relazione tra di loro e "far parlare i numeri"? Tutto questo è la base del marketing strategico della azienda che ha bisogno di un sempre più evoluto supporto tecnologico per definire politiche di crescita profittevole e sostenibile per vincere in un mercato sempre più complesso



Alberto Alfieri, amministratore delegato
FIORUCCI

Alberto Alfieri è l'Amministratore Delegato della Cesare Fiorucci Spa, l'azienda simbolo dell'eccellenza "Made in Italy" nel campo della salumeria, fondata nel 1850 a Norcia e dal 2011 parte di Campofrio Food Group, leader europeo nella lavorazione delle carni. Laureato in Economia presso l'Università di Parma, Alberto Alfieri, 50 anni, di Parma, vanta venticinque anni di esperienza professionale con incarichi ai vertici di importanti realtà italiane e di colossi multinazionali sia in Italia che all'estero, nel settore del largo consumo e in particolare nel food and beverage. Nel corso della sua carriera professionale, ha acquisito una profonda conoscenza dei processi di ristrutturazione aziendale e riorganizzazione societaria e una grande esperienza nella gestione di differenti canali di vendita e di progetti di start-up.



Una visione internazionale ed un grande obiettivo: portare nel mondo la cultura della salumeria italiana di alta qualità. Questo è ciò che ha fatto di Cesare Fiorucci, nata a Norcia nel 1850, una realtà di successo, portatrice nel mondo del gusto della tradizione italiana. L'azienda, approdata prima a Roma e poi a Santa Palomba (Pomezia) nel 1969, dove nacque il polo produttivo ancora oggi cuore della produzione, ha saputo negli anni affermarsi nel nostro Paese ed espandersi all'estero, anche grazie all'entrata nel 2011 in Campofrio Food Group (CFG), leader europeo nella lavorazione delle carni. Oggi Fiorucci è un vero protagonista del Made in Italy con una gran varietà di produzione, una ricchezza di gusti e proposte sempre originali e innovative, che si basano su 150 anni di storia, valorizzazione della tradizione e qualità dei prodotti.

"La cura degli ingredienti selezionati, l'attenzione ai valori nutrizionali e la capacità di rispondere in modo concreto alle esigenze dei consumatori - dichiara Alberto Alfieri, Amministratore Delegato Cesare Fiorucci SpA - hanno determinato il successo dei nostri salumi. In particolare, ogni lancio di nuove gamme di prodotto nasce grazie ad approfonditi studi sul consumatore e ad un attento lavoro di ricerca e sviluppo che ci permettono di rispettare e anticipare le esigenze del consumatore moderno".

www.fioruccifood.it

Global specification management: capitalizzare specifiche di prodotto e ricette in aziende globali per ottimizzare la supply chain e per affrontare al meglio i temi normativi in ambito nazionale e internazionale

Intersnack: Implementazione di Agile PLM in un ambiente internazionale

Intersnack Group è una multinazionale tedesca, leader nel settore alimentare con una produzione di 500 mila tonnellate di snack dolci e salati. Presente da più di 40 anni nel panorama europeo con più di 8000 dipendenti, 29 stabilimenti produttivi e 12 sedi operative in altrettante nazioni con un fatturato che supera i 2 miliardi di euro.

La volontà di integrazione flussi e processi produttivi, il rispetto di normative e il bisogno di soddisfare le mutevoli esigenze del cliente hanno spinto Intersnack verso l'implementazione di Oracle Agile PLM. Questo ha permesso di gestire il ciclo di vita e le specifiche del prodotto (dall'ideazione fino al lancio e al ritiro dal mercato), semplificando anche i rapporti con fornitori.

La sfida di Intersnack è gestire oltre 2800 prodotti finiti, 11600 ricette, 3000 ingredienti e 5200 packaging in un unico ambiente integrato. Grazie al coinvolgimento di numerose risorse all'interno dell'organizzazione e alla partnership con Sinfo One, Intersnack ha ottenuto i primi risultati aspettati. Nonostante siano ancora molte le sfide da affrontare Intersnack è già convinta dai fatti che l'investimento in innovazione è una soluzione vincente.



Ronald Schrödter, director quality assurance
INTERSNACK

Studied food chemistry in Berlin, since 2014 responsible as Quality director for food safety programs and food safety standards.



Intersnack

Intersnack is a family owned European company with 30 production sites spread over 10 different countries. From historically grown systems Intersnack looked for a collaborative product life cycle solution in all the manufacturing sites assuring and supporting their high product standards by a harmonized ways of working.

Intersnack is a company with innovation, entrepreneurship, creativity and teamwork at our core. The philosophy is based on rapid decision-making, efficient actions and intelligent solutions. This has helped them become one of the leading manufacturers of savoury snacks in Europe, with an annual turnover of € 2 billion Euros.

New Product Development: casi nazionali e internazionali, differenze e similitudini.

Come si fa a traghettare sana e salva un'idea di business attraverso un'organizzazione aziendale, arricchendola con il know how delle altre funzioni, senza dimenticare i requisiti iniziali per strada, e senza metterci un'eternità?

L'information technology può aiutare le aziende nei processi destrutturati come lo sviluppo di un nuovo prodotto, mettendo a disposizione del business:

- *Una singola versione della verità: un contenitore di know how controllato ed affidabile.*
- *Un motore di workflow: una piattaforma collaborativa guidata e accessibile.*

Sinfo One ha collezionato ormai diverse esperienze in Italia e all'estero sui temi di PLM.

In Italia un PLM serve a consolidare un know how sparso per l'azienda, e a strutturare un processo. Evita di "inventare l'acqua calda" ad ogni nuova richiesta del cliente.

In UK e in Germania, questo processo è già strutturato. PLM è ormai un acronimo quotidiano nelle aziende, e il nostro ruolo è quello di migliorare gli strumenti a supporto.

L'Italia è davvero culturalmente un passo indietro, o il valore delle nostre persone ha permesso alle aziende italiane di vincere le stesse sfide, senza il bisogno di strumenti software? E un futuro a parti invertite è fantascienza o visione?



Cesare Tarricone, Oracle Service Line Manager
SINFO ONE

Cesare Tarricone, nato a Newcastle (GB) nel 1983, ha conseguito la laurea specialistica in ingegneria gestionale presso l'Università degli Studi di Parma nel 2007.

Dal 2008 fa parte del team Sinfo One. È passato negli anni attraverso i ruoli di consulente applicativo ERP, Team Leader Manufacturing e Distribution e Project Manager.

È stato Project Manager in diversi progetti PLM di Sinfo One.

Attualmente è responsabile della Service Line Oracle si occupa principalmente di implementazioni ERP (JDE) e PLM (Agile).

Il ruolo della qualità nelle aziende alimentari

Prodotti, mercati, prezzi, produzioni certificate e qualità organolettica. Questi i punti chiave di un'azienda agroindustriale moderna, fino ad oggi. Le crescenti richieste dei clienti in ogni fase di R&D e Produzione si confrontano con i dati che provengono dal Controllo di gestione che, puntualmente, evidenzia ogni minimo costo lungo tutta la filiera. Il Consorzio Casalasco sta affrontando la necessità di elaborare e condividere, in tempo reale, sia lo stato di sviluppo di un prodotto che i dati qualitativi della produzione dell'industria conserviera moderna.



Fabrizio Fichera

direttore marchi Italia e marketing

CONSORZIO CASALASCO DEL POMODORO

Fabrizio Fichera, classe 1975, è nato a Parma dove ha sempre operato nell'ambito del food legato al territorio.

Dapprima ha proseguito l'attività familiare come libero professionista in ambito lattiero-caseario, in qualità di mediatore e perito battitore di Parmigiano-Reggiano, per poi approdare nel 2000 nell'industria conserviera ricoprendo diverse funzioni in Italia ed all'estero sempre in campo commerciale.

Tutt'oggi è Direttore del marchio Pomì presso il Consorzio Casalasco del Pomodoro per il quale ne gestisce sia la parte commerciale che quella di marketing.

Il famoso brand, già della Parmalat Spa, acquisito dal Consorzio Casalasco nel 2007 è oggi distribuito in 57 paesi al mondo veicolando i valori del made in Italy con uno dei prodotti simbolo del nostro paese.



Il Consorzio Casalasco del pomodoro, nato nel **1977**, associa oggi 370 aziende agricole italiane - localizzate nella pianura Padana e principalmente tra le province di **Cremona, Parma, Piacenza e Mantova** – e rappresenta il primo produttore e trasformatore di pomodoro da industria in Italia. I pomodori del Consorzio Casalasco, coltivati nei campi degli associati a non più di 50 km dagli stabilimenti di trasformazione, sono controllati dal seme al prodotto finito. L'ufficio agronomico presidia infatti tutte

le fasi di semina, trapianto, coltivazione e raccolta garantendo un prodotto naturale, 100% italiano, certificato per utilizzo di semente **non OGM**. Grazie al sistema informatico Pomì Trace anche i consumatori possono verificare la tracciabilità dei prodotti a marchio Pomì, collegandosi al sito web del brand e risalendo lungo tutta la catena produttiva fino ad all'azienda agricola che ha coltivato i pomodori. Il Consorzio Casalasco del Pomodoro da anni si avvale di tecniche di agricoltura di precisione per razionalizzare le risorse, ottimizzare le rese, migliorare la qualità del pomodoro in campo e abbattere l'impatto ambientale.

Gli stabilimenti del gruppo, così come la filiera del pomodoro fresco e la sua rintracciabilità, sono certificati secondo i più **elevati standard internazionali**. Nell'ottica di una completa trasparenza e naturalità, il Consorzio garantisce, grazie all'attuazione di un sistema di agricoltura sostenibile, il rispetto del territorio.

www.ccdp.it

IT: Quali strumenti e quali leve a supporto dell'innovazione nelle aziende alimentari

Le sfide della complessità del mercato, del cambiamento continuo, della efficienza sono nell'agenda quotidiana degli amministratori delegati delle aziende alimentari.

Per mitigare queste sfide servono organizzazione e processi adatti ad affrontare le sfide e le richieste del mercato, ma servono anche sistemi che possano esser allo stesso tempo completi, flessibili, integrati e integrabili, scalabili, internazionali, affidabili ma soprattutto verticali e semplici.

Sinfo One da 32 anni supporta il business alimentare ottimizzando le 3 leve a disposizione delle imprese: organizzazione, processi, sistemi.



Paola Pomi, direttore generale

SINFO ONE

Paola Pomi, laureata in ingegneria elettronica presso l'Università degli Studi di Parma, è entrata in Sinfo One nel 1998 come consulente applicativo su progetti ERP. È passata negli anni attraverso i ruoli di Team leader Finance e Project Manager. Dal 2004 al 2010 ha ricoperto il ruolo di Responsabile della prevendita, dell'innovazione e dell'offering, pur rimanendo legata al delivery come quality assurance dei progetti. A novembre 2010 passa alla vice presidenza di Sinfo One ed a settembre 2011 ha as-

sunto anche l'incarico di Direttore generale.



Sinfo One opera nell'Information Technology con soluzioni per la gestione d'impresa, consulenza direzionale, organizzativa e tecnologica, system integration e servizi di outsourcing. Negli anni Sinfo One ha mantenuto inalterato il suo istinto innovatore ed ha portato avanti un percorso di crescita basato sui valori **dell'innovazione**, del **cambiamento continuo**, e dello **sviluppo dei talenti**. Un percorso focalizzato sul valore delle persone, sulla conoscenza del business dei propri clienti, sulla formazione e la ricerca per offrire costantemente soluzioni nuove a problemi nuovi.

Sinfo One opera in molti settori, ma **offre un valore unico e distintivo** - per conoscenze ed esperienze - **alle aziende operanti nel Food & Beverage**, che rappresentano il 65% dei clienti (120 in totale).

L'offerta Sinfo One è in ambito:

- Enterprise Resource Planning (ERP),
- Business Intelligence (BI),
- Enterprise Performance Management (EPM),
- Product Lifecycle Management (PLM),
- Customer Relationship Management (CRM),
- Enterprise Content Management (ECM).

Le competenze e le soluzioni Sinfo One sono apprezzate in tutta Europa e l'azienda ha al suo attivo **importanti progetti per multinazionali del Food in Germania, UK e Francia**.

L'alleanza con Oracle

Sinfo One è Gold Partner Oracle e partner di riferimento a livello globale come attestano i due prestigiosi premi:

- Oracle Partner Specialization Award 2010
- Oracle Excellence Award PLM 2013.

Oracle riconosce a Sinfo One una forte expertise nel settore Food & beverage e sulla piattaforma per il PLM Oracle Agile, affidandole lo sviluppo dei progetti PLM più innovativi e sfidanti nel settore Food & Beverage in tutta Europa.

Sinfo One Spa

Via Benedetta, 77/a - 43122 Parma
Tel. 0521.9371 - Fax 0521.775824
info@sinfo-one.it - www.sinfo-one.it



Presente in oltre 145 paesi nel mondo con più di 130.000 dipendenti e un fatturato GAAP nell'anno fiscale 2015 pari a 38,2 miliardi di dollari, Oracle propone ai suoi oltre 400.000 clienti uno stack tecnologico completamente integrato e ottimizzato, costituito da sistemi software e hardware fruibili sia in Cloud sia in modalità tradizionali.

Oracle Cloud

Il posizionamento e la visione di Oracle per i prossimi anni è ben rappresentata dalla definizione **Integrated Cloud Applications and Platform Services**. Una visione che vede il Cloud come fulcro, motore e abilitatore della trasformazione digitale delle aziende.

L'azienda ha messo a punto una suite completa di servizi in **tutti i livelli del Cloud** - SaaS, PaaS e IaaS - potenziando l'offerta di data management di cui le aziende hanno bisogno per gestire i propri dati e affrontare una migrazione verso il Cloud. Con un mondo SaaS la cui completezza funzionale è la più estesa del mercato ed è già un realtà presente e apprezzata dai clienti.

Oracle in Italia

Nel nostro Paese, Oracle è presente dal 1993 con sedi principali a Milano e Roma e con filiali a Torino, Padova, Bologna. Oracle in Italia opera al fianco di circa 700 Business Partner - in particolare ISV, System Integrators e VAR - che conoscono a fondo le esigenze di specifiche aree geografiche o merceologiche e che sono in grado di aggiungere valore all'offerta Oracle. L'azienda è guidata nel nostro paese da Fabio Spoletini, Country Leader e Vice President Technology Sales.



Sinfo One Spa

Via Benedetta, 77/a - 43122 Parma
Tel. 0521.9371 - Fax 0521.775824
info@sinfo-one.it - www.sinfo-one.it