

LE NUOVE SFIDE DELL'ALIMENTARE ITALIANO

**Innovazione, internazionalizzazione, proattività
e controllo: come accompagnare le aziende
del settore food nel mercato globale**

**Parma - Grand Hotel de la Ville
Venerdì 21 novembre 2014
ore 9.00 – 13.30**

Sponsor



Media Partner

SISTEMI&IMPRESA
Management e tecnologie per le imprese del futuro

- 9.00** Accredito partecipanti
- 9.30** Benvenuto e apertura lavori
- Moderano **Chiara Lupi**, direttore editoriale di **ESTE** e **Paolo Preti**, professore di organizzazione delle piccole e medie imprese
UNIVERSITÀ BOCCONI
- 9.40** *La crisi passa, l'impresa resta: una prospettiva per le imprese del settore agro-alimentare*
Paolo Preti
- 10.10** *Budgeting e pianificazione come strumenti per anticipare le tendenze*
Fabrizio Fichera, direttore marchi Italia e marketing - **CONSORZIO CASALASCO DEL POMODORO**
- 10.35** *Innovazione per salvare la tradizione*
Enrico Viglierchio, general manager - **BANFI**
- 11.00** Pausa caffè
- 11.30** *Olitalia: la storia di un'azienda che raccoglie le sfide nel mondo*
Alberto Fenati, group controller - **OLITALIA**
- 11.55** *Velocità nell'innovazione di prodotto e di mercato*
Alberto Alfieri, amministratore delegato - **FIORUCCI**
- 12.20** *Supportare innovazione e controllo*
Paola Pomi, direttore generale - **SINFO ONE**
- 12.45** Tavola rotonda finale
Domande e risposte dal pubblico
- 13.30** Chiusura lavori e pranzo a buffet

**LE PRESENTAZIONI DEI RELATORI SARANNO SCARICABILI
NEI PROSSIMI GIORNI SUL SITO WWW.ESTE.IT**



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 Reborà e Renato Boniardi ha pubblicato *Leadership e organizzazione*. Riflessioni tratte dalle esperienze di 'altri' manager.

La crisi passa, l'impresa resta: una prospettiva per le imprese del settore agro-alimentare

Questo che si sta vivendo non può che essere un momento, più o meno lungo, di transizione tra due fasi di sviluppo economico; abbandonati gli usuali e sperimentati mezzi di competizione con cui le nostre imprese hanno condotto il paese tra le prime otto economie più industrializzate del mondo, si stanno sperimentando nuovi comportamenti strategico-organizzativi per mantenere e consolidare, nella sostanza, tale posizione. Il nostro modello di sviluppo ha dunque bisogno di imprenditori che non perdano nel tempo la voglia di rischiare, che sappiano adattare le proprie competenze e la naturale predisposizione alle mutevoli necessità dell'azienda, che sappiano aprirsi, nell'interesse innanzitutto delle proprie imprese, al contributo di professionalità esterne, manager e consulenti, che li aiutino nel difficile compito della gestione aziendale. Anche nell'agro-alimentare, settore così caratteristico del nostro fare impresa, molte aziende italiane, soprattutto quelle piccole e medie, almeno quelle che hanno capito anticipatamente il cambiamento di contesto, sono già da tempo all'opera per rispondere al nuovo che si impone: ne emerge un modo peculiare di fare impresa che riguarda contemporaneamente gli obiettivi, la strategia e l'organizzazione aziendale, ma anche il comportamento e i valori degli imprenditori. Indipendentemente dalle molteplici differenze, le imprese migliori, quelle che ce la stanno già facendo, mostrano delle linee di azione costanti: regole che caratterizzano l'impresa "forte", l'impresa che ha saputo e saprà, cioè, cambiare il mezzo per mantenere inalterata la capacità di perseguire il fine.



Paolo Preti
professore di organizzazione delle piccole e medie imprese
UNIVERSITÀ BOCCONI

Paolo Preti, 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.

Oggi le industrie agroalimentari evolute propongono al mercato italiano ed estero un mix di articoli sotto il proprio brand, la marca privata o attività di confezionamento in qualità di co-packer.

Questa impostazione, per essere vincente, deve prevedere grande competenza ed organizzazione, flessibilità del sistema produttivo, efficienza dell'R&D ma soprattutto pianificazione e budgetizzazione.

Le complicazioni dettate da un'ampia gamma di prodotti, di imballi, gestione dei mercati e gli accordi contrattuali si accavallano generando problematiche che vanno da stock eccessivi all'approvvigionamento puntuale delle materie prime ed imballi.

L'esperienza del Consorzio Casalasco del Pomodoro ha portato ad accrescere parallelamente le competenze personali dei vari reparti ed il supporto dei sistemi informatici consuntivi e previsionali.



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 sia 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.



Consorzio Casalasco del Pomodoro è nato nel 1977 come cooperativa agricola che associa produttori diretti di pomodoro per offrire al mercato non più solo il frutto della loro coltivazione ma il prodotto lavorato e già pronto all'uso. Gli **agricoltori** che sono i **soci dell'azienda**, sono attualmente più di 300 localizzati nella pianura Padana e principalmente tra le province di Cremona, Parma, Piacenza e Mantova e rappresentano il centro ed il valore aggiunto della cooperativa. Oggi Casalasco è in grado di trasformare circa 350.000 tonnellate di pomodoro fresco.

Con 2 stabilimenti e circa 40 linee di confezionamento Casalasco è uno dei maggiori produttori a marchio privato e marchio proprio in Europa, grazie ad una ricetta semplice: tanta **competenza**, grande **flessibilità** del sistema produttivo ed un'efficiente reparto di **ricerca e sviluppo**.

Dal 2007 Casalasco, inoltre, è proprietario del marchi **Pomì, Pomito e Pais** coi quali esporta i suoi prodotti in oltre 50 paesi al mondo.

Nel 2009 l'azienda ha creato la società Pomì U.S.A. Inc., con sede nel New Jersey, per commercializzare e distribuire in maniera esclusiva il brand Pomì.

www.ccdp.it

Innovazione e Tradizione: un binomio di forte appeal che, troppo spesso, si è prestato ad interpretazioni errate frutto più di una emozionalità pulsante che non di un'attenta analisi oggettiva. Il principio cardine dell'innovazione nella nostra viticoltura, infatti, non risiede nella standardizzazione del processo produttivo, ma nell'applicazione di metodologie di ricerca e sperimentazione finalizzate alla comprensione della fisiologia della vite e, di conseguenza, alla preservazione delle sue unicità di carattere varietale e territoriale. Analoga filosofia guida la ricerca enologica ove da un frutto, l'uva, otteniamo un liquido, il vino, tramite un processo di trasformazione che deve preservare ed esaltare le caratteristiche aromatiche e strutturali del frutto di origine. L'innovazione, per Banfi, vuole essere una filosofia aziendale volta a preservare ed al tempo stesso esaltare le unicità del nostro territorio, attraverso un continuo lavoro di ricerca prima in vigna poi in cantina che, da sempre, ci consente di racchiudere in ogni nostra bottiglia non solo un ottimo vino, ma anche storia, cultura, identità.



Enrico Viglierchio
general manager
BANFI

Enrico Viglierchio, nato a Savona il 3 dicembre 1965, si laurea in Economia e Commercio presso l'Università degli Studi di Genova nel 1990. Dal novembre 1990 al maggio 1994 svolge la mansione di Chemical Plant and R&D Controller presso la 3M Italia dove poi dal maggio 1994 all'aprile 1996, ricopre la carica di Quality Improvement & Cost Reduction Manager Photo Color System Division. Ad aprile 1996 passa Imation Italia, nata dallo scorporo di 3M Italia, con la qualifica di Supply & Finishing Manager Photo Color System

Division e vi rimane fino ad agosto 1998. Da questo momento inizia la sua collaborazione con il gruppo Banfi Italy, dapprima, e per la durata di un anno, con l'incarico di Operation Plant Manager presso l'azienda piemontese Vigne Regali. Poi ad ottobre 1999 si trasferisce in Toscana presso la Banfi di Montalcino dove, fino a dicembre 2000, ricopre la carica di Plant Manager. Da gennaio 2001 è il Direttore Generale del gruppo Banfi Italia.



Banfi, la tenuta vitivinicola toscana di proprietà della **famiglia Mariani**, è conosciuta in tutto il mondo per il **Brunello di Montalcino**. Nasce nel 1978, quando i fratelli John e Harry, decidono di sviluppare a Montalcino un polo di eccellenza per la produzione di vini di qualità, legando indissolubilmente Banfi a questo territorio e al suo sviluppo. Il rispetto per la vocazione di questo territorio unico e straordinario, insieme alla volontà di esaltarne le caratteristiche, ha permesso di

ottenere vini prestigiosi, piena espressione di questo magnifico terroir.

Circa un terzo della proprietà ilcinese è coltivato a vigneto specializzato, mentre il resto è occupato da boschi, olivi, prugne e altre coltivazioni. Banfi produce **vini di eccellenza** anche nella **tenuta piemontese**, acquisita ad un solo anno di distanza da quella di Montalcino. Banfi Piemonte rappresenta la perfetta unione tra la secolare tradizione spumantistica, ereditata dalla storica cantina Bruzzone, e l'esperienza enologica maturata in Toscana. L'amore per la Toscana ha recentemente avvicinato Banfi a nuovi territori, tra i più vocati della regione: **Bolgheri, Maremma e Chianti**.

Oggi la **terza generazione** della famiglia Mariani, con i cugini Cristina Mariani-May e James Mariani, coordina le attività dell'azienda, contribuendo in maniera determinante al suo sviluppo.

Olitalia: la storia di un'azienda che raccoglie le sfide nel mondo

Un'azienda che decide di 'stare' nel mondo raccoglie una grande sfida. Un'azienda italiana ha grandi armi di brand e di prodotto nell'arco, ma un'attitudine alla visione prima del mercato e poi del prodotto/servizio ancora da costruire. La miglior strategia parte da un'analisi rigorosa dell'organizzazione e dei processi, ma questo è sufficiente? Cosa crea differenza nella competizione? L'analisi deve essere portata ad un altro livello: occorre capire la propria identità esplicitando i valori e principi che caratterizzano il comportamento della squadra.



Alberto Fenati
group controller
OLITALIA

Nasce nel 1972 a Forlì. Studia presso ITC Serra a Forlì e si Laurea sempre a Forlì in Economia e Commercio.

Inizia a lavorare come controller alla Centrale Avicola Romagnola (gruppo Veronesi) a Forlì, si trasferisce successivamente alla C.A.F.A.R (ora Martini Alimentare) con un progetto di BPR (business process engineering) che lo segna indelebilmente e poi assume il ruolo di responsabile amministrativo e IT Manager.

Arriva nel 2001 in Olitalia come IT Manager e Controller; nel 2012 lascia il testimone IT ad altri colleghi diventando Group Controller e seguendo le altre aziende del gruppo (Acetaia Giuseppe Cremonini). In azienda supporta l'amministratore delegato nelle analisi e nelle scelte strategiche, collabora con tutte le funzioni con sistemi di reporting ed analisi ad hoc. Padre di due bimbi, pratica e insegna yoga da più di 20 anni nella scuola di Cesena da lui fondata.



Olitalia da sempre coltiva una particolare vocazione per la valorizzazione delle tradizioni agroalimentari italiane e per questo, oggi, è un **ambasciatore nel mondo dell'olio italiano**.

In Italia il "saper vivere" è nel dna delle cose: nelle relazioni tra le persone, nei ritmi di vita, nel benessere, la convivialità e, soprattutto, nel cibo, principe indiscusso di quel Made in Italy unico e inimitabile. E forse, tra i tanti prodotti alimentari italiani famosi nel mondo, l'olio extravergine di oliva porta con se una identità un po' speciale: un tesoro tutto italiano di sapori e valori preziosi,

che si fondono nella storia e nella vita millenaria di questo Paese.

Quella di Olitalia è la storia di un'azienda italiana che ha fatto tesoro della **tradizione**, investendo fortemente e allo stesso tempo, nell'**innovazione**. Fondata nel 1983, Olitalia ha saputo affermarsi sui mercati internazionali in virtù del suo dinamismo, la qualità e l'articolata gamma delle sue specialità olearie, fino a diventare oggi, una delle più importanti aziende del comparto oleario italiano.

È una realtà sinonimo di **esperienza, affidabilità e fedeltà alla cultura territoriale** ma, allo stesso tempo, pioniera nell'attenzione costante ad un mercato in evoluzione, ai gusti in mutamento dei consumatori, ai nuovi stili di vita e alle nuove e crescenti richieste di benessere psicofisico.

La continua ricerca è alla base del successo della marca Olitalia.

I suoi impianti di produzione sono caratterizzati da un'**elevatissima tecnologia**, pressoché unica nel settore oleario. Per questo le potenzialità industriali e produttive di Olitalia sono oggi estremamente avanzate e la posizionano come un attore di primissimo piano a livello internazionale.

A questo si sommano certificazioni di prodotto e brevetti internazionali a tutela del patrimonio sempre più ricco di innovazioni esclusive.

www.olitalia.com

Velocità nell'innovazione di prodotto e di mercato

L'innovazione è l'unica via che consente alle imprese di sopravvivere e svilupparsi nel mercato. E l'innovazione riguarda tutti gli aspetti del business, dal portafoglio dei prodotti alle relazioni con la distribuzione, dalla comunicazione con i consumatori alle relazioni con i dipendenti. La velocità nella individuazione delle soluzioni e la loro implementazione e' e sarà un fattore distintivo di successo delle imprese che ce la faranno.



Alberto Alfieri
amministratore delegato
FIORUCCI

Alberto Alfieri è Amministratore Delegato di 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 sia 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.



Fiorucci: dal 1850 la storia di un successo internazionale

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 Fiorucci, nata a Norcia nel 1850, una realtà di successo. L'azienda, approdata a Roma nel 1915 e poi a Santa Palomba (Pomezia) nel 1969 dove nacque il polo produttivo ancora oggi cuore della produzione, ha saputo affermarsi nel nostro paese ed

espandersi oltreoceano con la creazione di uno stabilimento a Richmond, in America.

2011, Fiorucci entra in Campofrio per esaltare la sua storia

Nel 2011 Fiorucci entra a far parte di **Campofrio Food Group (CFG)**, leader europeo nella lavorazione delle carni: la Fiorucci si carica di futuro in un sistema internazionale di aziende di grande successo. CFG possiede 29 impianti di produzione, 8 business units e 2 joint venture in Romania e Francia: con 9.000 dipendenti trasforma 400.000 tonnellate di carne ogni anno.

Il Gruppo rende efficiente la struttura e garantisce a Fiorucci i vantaggi competitivi che le permettono di focalizzarsi sulle esigenze del mercato, sul continuo miglioramento dei processi e sulla valorizzazione della propria specificità, mettendo in comune le proprie conoscenze, esperienze e risorse.

Dal 2013, inoltre, Campofrio è entrata a far parte di **Sigma Alimentos**, il più grande produttore e distributore di prodotti alimentari refrigerati e congelati in Messico che, oltre ad essere filiale della holding industriale messicana ALFA, spazia con investimenti dal settore energetico ed elettronico a quelli nelle comunicazioni ed alimentare.

www.fioruccifood.it

Supportare innovazione e controllo

Il settore alimentare sta attraversando oggi una fase di grandi sfide e di grandi opportunità.

La sfida dell'innovazione, in un settore che fa della tradizione il proprio punto di forza, è oggi colta sia come opportunità di ulteriore valorizzazione della qualità Italiana sia come servizio al consumatore finale che ha esigenze sempre diverse. L'affacciarsi sempre più preponderante del desiderio di "esportare l'eccellenza", creando sì nuovo business ma anche cultura, è di grande stimolo per le nostre aziende.

Il valore della filiera consente di avere maggiori leve per arrivare sul mercato con un ottimo prodotto, garantendo allo stesso tempo il controllo della qualità e del costo.

Nel mercato locale GDO, normal trade, Horeca ed il grande dilemma "privat label" "non privat label" sono temi che quotidianamente le nostre aziende food devono affrontare.

Per tanti anni si è cercato di farsi conoscere dal consumatore finale e di influenzarlo tramite il marketing tradizionale... Quali sono le opportunità offerte dal mondo dei social per conoscere il consumatore, creare una "amicizia" e una fidelizzazione?

Grandi sfide e grandi opportunità. E la tecnologia?

La tecnologia è una leva indispensabile, che può dare significativi vantaggi competitivi se utilizzata bene e se accompagnata dagli opportuni cambiamenti organizzativi. Oltre alla tecnologia servono quindi competenza, cultura, passione, come dimostra la storia di Sinfo One che da 30 anni è partner Italiano di grandi aziende alimentari.



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 assunto anche l'incarico di Direttore generale.



Sinfo One opera da trent'anni nell'**information technology** realizzando soluzioni per la gestione d'impresa, fornendo **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 ha al suo attivo 120 clienti, di cui il 65% nel settore *food & beverage*, un team di 100 esperti e il 12% circa del fatturato investito in progetti di R&D.

Sinfo One opera nei diversi settori industriali e con clienti di diverse dimensioni, ma offre un valore unico e distintivo - per profondità di conoscenze e per tipologia di esperienze maturate sul campo - alle aziende operanti nel Food & Beverage.

Il cliente al centro

Sinfo One conosce il business dei propri clienti e l'offerta - soluzioni e consulenza - è mirata alle loro specifiche esigenze. Le soluzioni sono focalizzate ed è possibile misurare con indicatori il ritorno degli investimenti, i miglioramenti operativi, l'aumento dell'efficienza e dell'efficacia. I professionisti Sinfo One coniugano il meglio delle competenze tecnologiche, funzionali e di processo per rispondere alle esigenze delle aziende clienti che operano in mercati sempre più competitivi.

Tecnologia + Business = Creazione di valore

L'approccio Sinfo One è fortemente orientato alla creazione di valore. Tecnologia e business sono strettamente correlati, indispensabili l'uno all'altro.

Qualsiasi progetto IT, per essere efficace, non può prescindere da una profonda conoscenza del business del cliente, né dall'innovazione organizzativa. Analisi, affidabilità, soluzioni su misura e misurabili sono concetti chiave che guidano ogni giorno la collaborazione con le aziende clienti.

Le soluzioni

L'offerta ERP è basata sulla **piattaforma proprietaria Si Fides** e sulla **piattaforma Oracle JD Edwards Enterprise One**.

Grazie alle competenze ed esperienze maturate Sinfo One offre soluzioni mirate e integrate a Business Intelligence, Enterprise Performance Management, Product Lifecycle Management, Customer Relationship Management, Sistemi di Pianificazione e Enterprise Content Management.

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 sull'innovativa 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



Sinfo One Spa

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