

**30<sup>th</sup>**  
1984 - 2014

**Si Nfo**  
**ONE**  
Power for your business.



**Paola Pomi**  
**Direttore Generale**  
Tel. dir. +39 0521 937202  
Cell. +39 335.6874161  
[paola.pomi@sinfo-one.it](mailto:paola.pomi@sinfo-one.it)  
**Sinfo One Spa**

***Supportare innovazione e controllo***

Talenti, energia, idee.

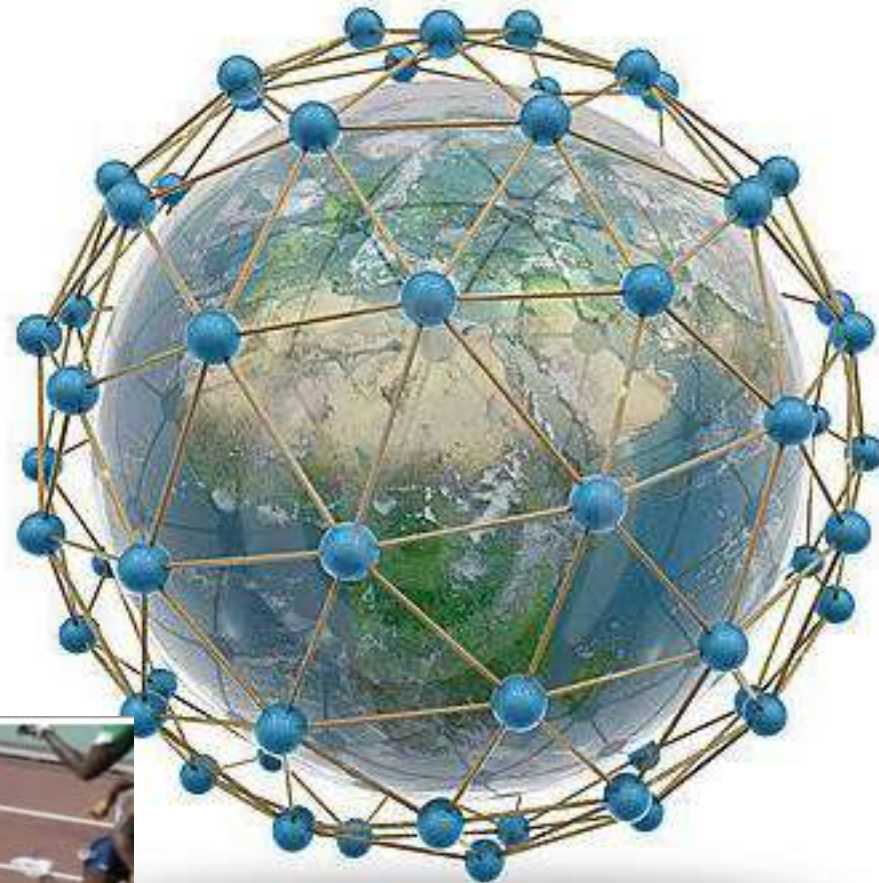
Le innovazioni hanno radici profonde.



- ❑ Le sfide del settore F&B
- ❑ Gli strumenti tecnologici per il F&B
- ❑ Sinfo One

**IT's powered by Sinfo One!**

# Le sfide del settore F&B



**IT's powered by Sinfo One!**

# Le sfide del settore F&B

l'unica costante è che tutto cambia.

```
MM_reloadPage  
//-->  
</script>  
</head>  
58.97885087
```

```
<body bgcolor="#bb77bb" text=...  
<div align="center">  
<table width="700" heig...  
(...)
```

86.3618884854

69.51078829

```
<body bgcolor="...  
<div align="...  
<table wid...  
<tr>  
<td>...  
</td></tr>  
</table>  
</div>  
</body>
```



# Le sfide del settore F&B

**Le potenzialità dell'alimentare made in Italy sono ormai evidenti da tempo: lo dimostrano l'export e i successi di molte imprese**

**Se ne sono accorti anche altri, i produttori di Italian sounding: sottraggono mercato, banalizzano i prodotti e ne compromettono il futuro ... un rischio che cresce al crescere del loro riconoscimento**

- 1. A che punto siamo?**
- 2. Che strade scegliere per andare avanti?**
- 3. Come evitare di disperdere un asset per il Paese e per le imprese?**

**Opportunità? Punti di forza?**  
**Punti di debolezza?**

# Le sfide del settore F&B

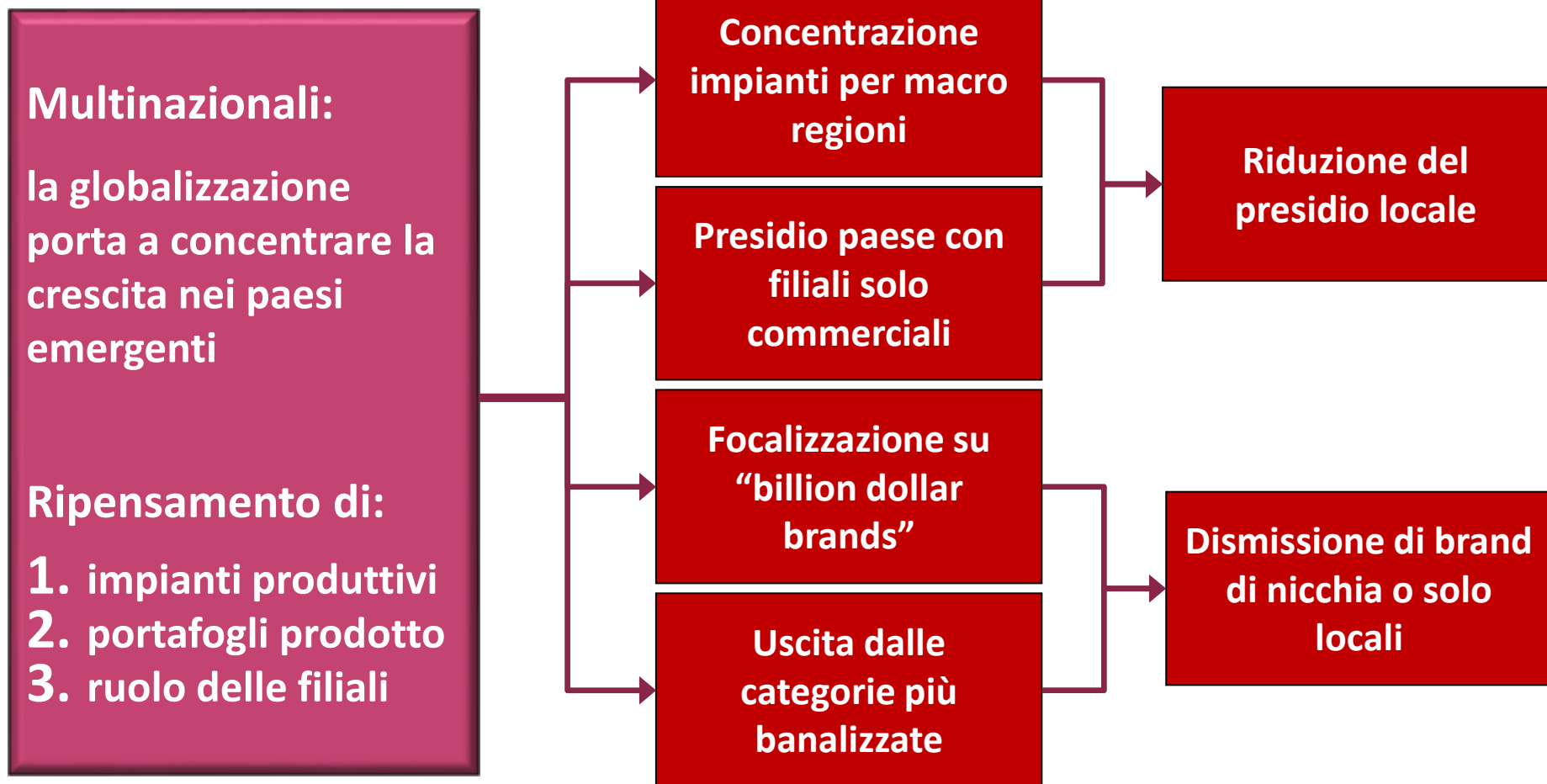
## Punti di forza

- ❑ Un giacimento di prodotti inesauribile
- ❑ Una notorietà ormai consolidata a scala globale, alimentata dal e sinergica con il turismo
- ❑ Coerenza con i trend dei consumi alimentari: demassificazione, ritorno alla territorialità e all'identità culturale dei prodotti
- ❑ Base produttiva forte



# Le sfide del settore F&B

## Opportunità o rischi?



# Le sfide del settore F&B

## Opportunità:

### Mercato locale

- Presidio della categoria: consumatore
- Presidio commerciale
- Verticalizzazione delle competenze

### Mercato estero

- Forte identità di prodotto
- Canali alternativi alla GDO
- Acquisizioni/alleanze



- Efficienza: innovazione di processo
- Innovazione di prodotto
- Innovazione nel packaging
- Flessibilità



# Le sfide del settore F&B

**Opportunità: velocità nell'innovazione**

Oggi



Domani

Oggi le società hanno la necessità di introdurre nuovi prodotti

...avranno una sfida significativa nell'inseguire le competizioni di mercato

... Solo cogliere le nuove sfide creerà ...

Opportunità



# Le sfide del settore F&B

## Opportunità

### ❑ Italia

Presenza consolidata:  
l'alimentare made in Italy è conosciuto, i prodotti sono sugli scaffali (ma non sempre sono italiani) e la ristorazione svolge un ruolo importante di diffusione



→mercato da sviluppare

- ❑ **Mercati in via di sviluppo:** Apertura di nuovi grandi mercati (Bric), alcuni con tradizioni alimentari forti, ma in grado di apprezzare un'altra tradizione complessa
- ❑ La presenza e conoscenza dei prodotti è ancora scarsa:  
→ mercato da penetrare

# Le sfide del settore F&B

## Opportunità

### Marketing Tradizionale

Mi faccio vedere



### Promozionalità

Compro il consumatore col prezzo



### Internet- social- digital Marketing

possibilità di entrare in contatto col consumatore finale per fargli «vivere» una esperienza positiva

→ **contatto da creare e capitalizzare**



# Le sfide del settore F&B

## Punti di debolezza

Mancanza di coordinamento e cooperazione nelle politiche di penetrazione sui mercati esteri:

- prevale ancora export a basso valore aggiunto: prodotto affidato a intermediari con scarso controllo del mercato finale
- le singole imprese sono di norma troppo piccole per riuscire da sole a seguire modelli di penetrazione che garantiscono margini più elevati e un miglior posizionamento del prodotto
- non esiste un riferimento istituzionale forte in grado di assumere un ruolo di regia

# Le sfide del settore F&B

## Punti di debolezza

- ☐ Mercato Italiano sempre di difficile gestione

	N-Ovest	N-Est	Centro e Sardegna	Sud
Coop	12,5	26,1	24,5	6,9
Conad	4,1	14,0	17,9	17,0
Esselunga	22,7	3,9	7,3	
Selex	7,6	16,3	6,4	11,6
Gruppo Auchan	8,4	3,7	11,2	16,5
Carrefour	11,7		7,5	4,3
Despar		9,3	3,4	8,2
Gruppo Pam		2,9	5,6	3,7
Finiper	7,3			
Sigma		3,1	2,4	9,3
Bennet	6,6			
Sisa			2,7	6,8
Agorà	4,9	2,6		
C3		3,6		
Crai				2,4
Il Gigante	2,7			

## 16 gruppi per i primi 10 gruppi della GDO per area geografica

Solo 4 gruppi (Coop, Conad, Selex e Auchan) sono tra i primi 10 in tutte le aree del Paese

Molti appaiono fra i primi 10 solo in 1 area: Finiper, Bennet, Il Gigante, C3, Crai

Nessun gruppo può dirsi veramente nazionale: per tutti esiste una prevalenza locale

# Le sfide del settore F&B

## Punti di debolezza

- ❑ Italian sounding Per i prodotti con un più generico legame con la tradizione alimentare italiana, quelli con maggiori prospettive di volume e di penetrazione iniziale, le barriere sono scarse:
  - ❑ Offerta estera veicolata dalla Gdo, con marchi commerciali
  - ❑ Per i prodotti con più forti legami territoriali, difficoltà a trasferire all'estero la complessa "geografia" dell'alimentare italiano



## Minacce

- ❑ Banalizzazione, de-contestualizzazione e denazionalizzazione dei prodotti: riduzione dell'appropriabilità del brand Italia



# Gli strumenti tecnologici per il F&B



# Gli strumenti tecnologici per il F&B

## Manager



## Leader



La competitività come è legata alla produttività e alla innovazione?

$$C = P + I$$

$$C = P * I$$

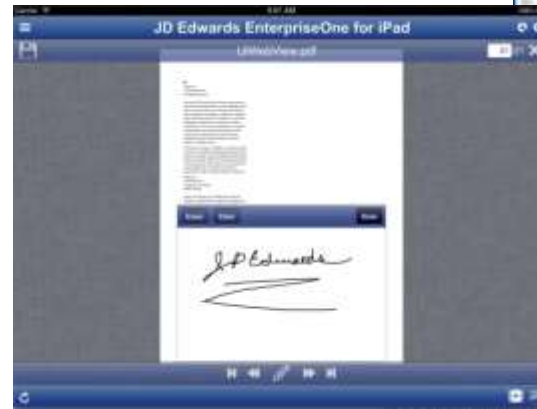
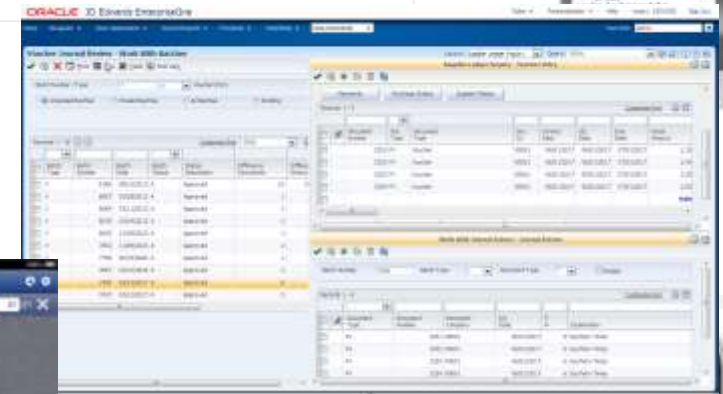
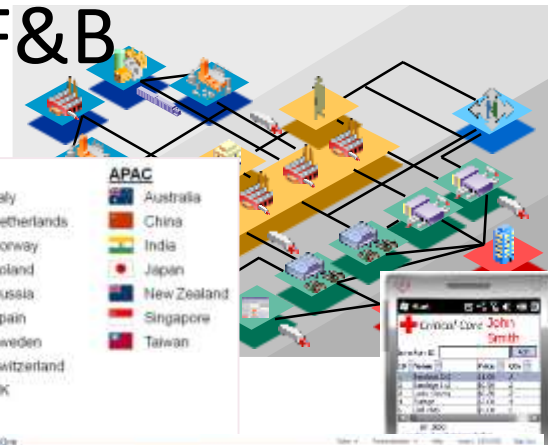
# Gli strumenti tecnologici per il F&B

Per i Manager  
ERP ma non solo ERP



- Multi-nazionale
  - ✓ Lingua
  - ✓ Alfabeto
  - ✓ Localizzazione
- Multi-societario, Multi-branch
- Multi-piattaforma tecnologica
- Mobile Apps
- Workflow
- SFA
- Integrabile con l'esterno

North America	EMEA	APAC
Canada	Austria	Australia
Mexico	Belgium	China
United States	Czech Republic	India
South America	Denmark	Japan
Argentina	Finland	New Zealand
Brazil	France	Singapore
Chile	Germany	Taiwan
Colombia	Hungary	
Ecuador	Ireland	
Perù		
Venezuela		





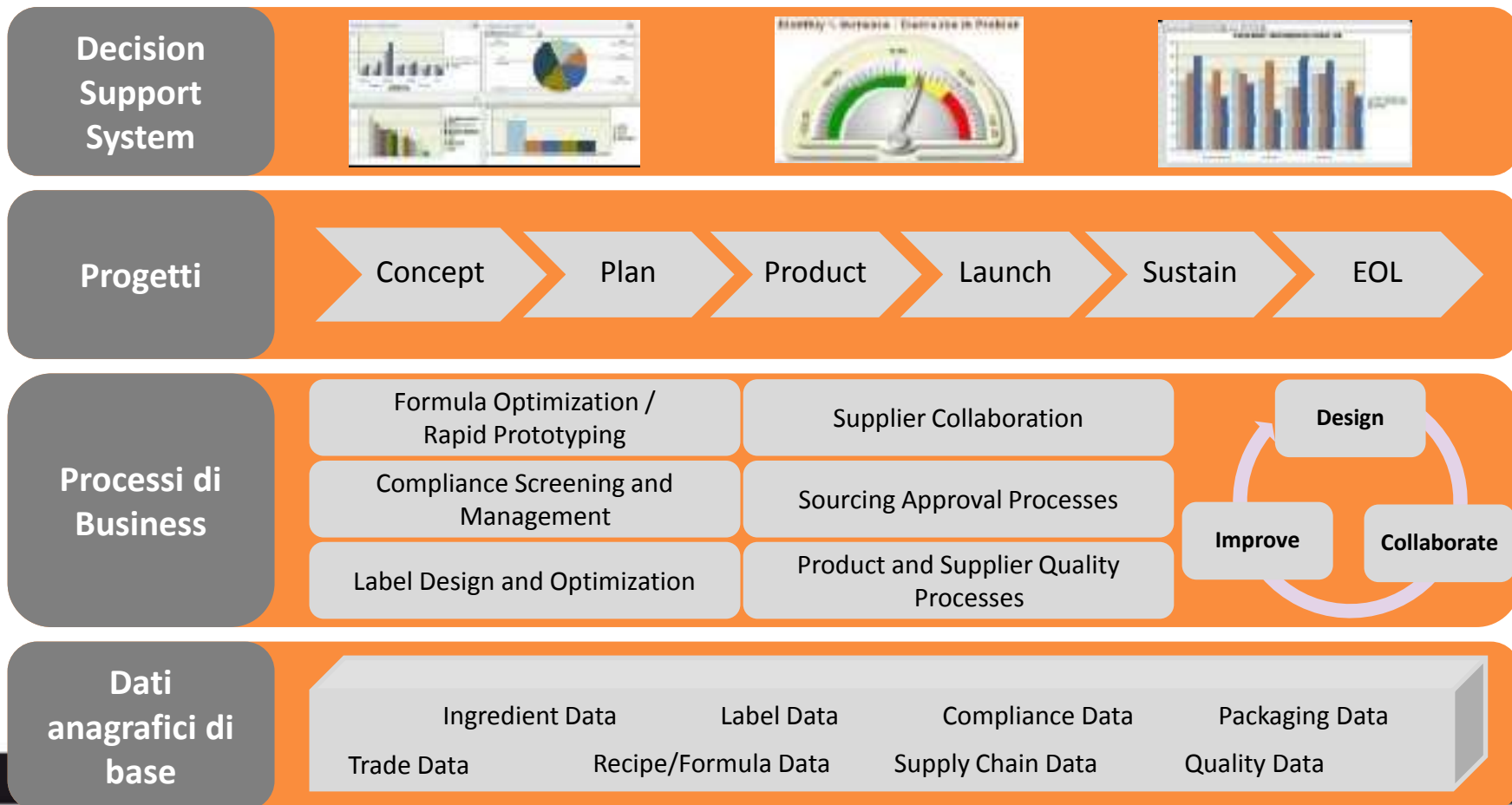


# Gli strumenti tecnologici per il F&B



## Per i Leader

La suite Gestione dei prodotti integra informazioni, strumenti e processi per gestire l'innovazione, la qualità e la compliance in modo VERTICALE SULLE AZIENDE FOOD



# Gli strumenti tecnologici per il F&B



## Per i Leader

Aumento della conoscenza del consumatore finale

Semplificazione e Multichannel experience



- **Ascoltare** le conversazioni e comprendere le intenzioni dei consumatori
- **Ingaggiare** i fans/followers e rispondere in real-time
- **Creare contenuti** e apps multi-devices
- **Pubblicare** campagne, comunicazioni marketing attraverso piu' canali
- **Gestire** workflows e regole di automazione attraverso una singola governance
- **Analizzare** i risultati e ricavare delle metriche di misura



# Sinfo One

- **La nostra missione è aiutare i nostri clienti** ad accrescere il proprio business tramite l'IT.
- **Il nostro desiderio è garantire loro un vantaggio competitivo** attraverso la consulenza, l'assistenza, soluzioni funzionali e tecniche.
- **La nostra aspirazione è contribuire al loro successo** fornendo la nostra competenza, la nostra esperienza e la nostra passione

## *I nostri NUMERI*

**Indebitamento = ZERO**

**Risorse > 110**

**Clients > 120 di cui 65% F&B**

**Fatturato = 11M€**

**Investimento > 13% Ricavi**

**30 anni di esperienza**



## **Focalizzazione sui prodotti**



- **ERP**
- **Product Lifecycle Management**
- **Schedulator**
- **Budgeting, Planning e Demand Planning**
- **Business intelligence**
- **Content Management**
- **DB-Sistemi operativi**
- **HW e storage**

**IT's powered by Sinfo One!**

# Sinfo One

Sinfo One ha investito più di 2 milioni di euro negli ultimi 3 anni per continuare a migliorare le competenze sulle soluzioni Oracle.

Il nostro approccio è quello di partire dai bisogni del cliente per creare una soluzione sfruttando la tecnologia SW.

Sinfo One è un partner che:

- comprende le specifiche esigenze di business del mercato F&B;
- crea soluzioni in modalità olistica (indipendentemente dai singoli SWs).

→ **Sinfo One è un partner globale per i clienti F&B**

## *I Riconoscimenti Oracle*



**2010 Miglior Partner EMEA per l'implementazione soluzioni ERP**



**2013 Excellence Global Award PLM**

**IT's powered by Sinfo One!**

# Sinfo One

## Progettazione e Team

*In Sinfo ognuno è nel cuore dell'azienda, non alla periferia.*

*Ogni dipendente e ogni cliente è quello o quella che **fa la differenza** nel successo di Sinfo.*

*Stando al centro il **LAVORO** prende significato*



**IT's** powered by Sinfo One!

**Chiedete di più al vostro IT.  
Sinfo One, power for your business.**

# Sinfo One

...oltre 100 casi di aziende di successo.






# Sinfo One

BUSINESS INTELLIGENCE  
DATA WAREHOUSE  
APPLICATION MANAGEMENT  
MANAGEMENT  
SYSTEM INTEGRATION  
ENTERPRISE CONTENT  
MANAGEMENT  
PRODUCT LIFECYCLE  
OUTSOURCING  
SUPPLY CHAIN  
PERFORMANCE  
MANAGEMENT  
PIANIFICAZIONE  
STRATEGICA  
Customer Experience

# Sinfo One



Andare al sodo dei problemi

Intuire il potenziale di un'idea

Dare a un progetto l'impulso e  
le condizioni per schiudersi.

Partner IT, non semplici fornitori



# Sinfo One

A person is sitting at a desk in a modern office, working on a laptop. The office has large windows in the background, and the scene is dimly lit. The text "Identificare i problemi, offrire soluzioni sempre più evolute" is overlaid on the image.

Identificare i problemi,  
offrire soluzioni sempre più evolute

# Sinfo One

Sinfo One: trasformiamo la tecnologia in valore per il cliente



IT's powered by Sinfo One!

