

I PIANI DEL GRUPPO LILLO
**PODINI: NON SOLO
SUPERMERCATI,
IL NOSTRO POLO HI-TECH
ESPORTERÀ IL SOFTWARE
TRICOLORE**
di Giulia Cimpanelli 10

UN POLO DA ESPORTAZIONE PER IL SOFTWARE MADE IN ITALY

I piani di Dedagroup dopo il delisting della controllata Piteco spiegati dall'ad Podini. «Vogliamo accelerare la crescita con nuove acquisizioni. E rafforzarci in finanza, moda e negli Usa»

«La quotazione è stata un'esperienza positiva e non escludo di tornare sul mercato in futuro, magari anche a Parigi o New York»

di **Giulia Cimpanelli**

Non un addio, bensì un arrivederci. Uscire dalla Borsa per cercare di intercettare nuove traiettorie di crescita, «diventare più forti» e riquotarsi, magari anche sui listini internazionali. Rientra in questo scenario l'annunciato delisting di Piteco, società controllata da Dedagroup, azienda che aggrega eccellenze italiane del software e delle soluzioni «As a service» (ovvero gestite da provider esterni per conto di un utente).

Un'operazione da 86 milioni di euro che viene spiegata da Marco Podini, presidente esecutivo di Dedagroup e ceo della holding Lillo Spa (3,3 miliardi di ricavi nel 2021 e un utile di 83,4 milioni), a cui fa capo anche la catena di discount con il marchio Md. «Dovevamo semplificare la nostra organizzazione. Piteco è stata tra le prime società al mondo a sviluppare un applicativo dedicato alla tesoreria e al cash management e ha conquistato una rilevante quota di mercato — racconta Podini —. La decisione di quotarla nacque dalla consapevolezza che sarebbe stata un'operazione di successo, e così è stato: il titolo è più che triplicato in questi sette anni e ci ha consenti-

to di accelerare la crescita, anche per linee esterne. Questa è stata proprio una delle ragioni che ci ha portato oggi alla scelta del delisting, perché nel frattempo anche il resto dell'hub finance del gruppo ha continuato a svilupparsi in tutti gli ambiti dei software finanziari e ci siamo resi conto che è arrivato il momento di ripensare l'organizzazione, insieme alla crescita dell'offerta. Avere una società quotata, se si pensa di espandersi anche attraverso l'ampliamento societario, può talvolta risultare un vincolo. Per questo ci siamo decisi a ritirare Piteco dal mercato, ma il percorso di quotazione è stato sicuramente un'esperienza positiva, e non escludo in futuro di tornare sul mercato».

Con tutta Dedagroup?

«Vedremo. La quotazione della capogruppo è sempre stata tra le principali opzioni. L'Information technology è un settore che chiede investimenti e il mercato dei capitali è un acceleratore naturale di questi percorsi. D'altro lato, il mercato finanziario italiano rispetto al Nasdaq è meno pronto a capire progetti di società complesse come le nostre».

Quotarsi all'estero: la vedete un'opportunità?

«Certo. New York e Parigi sono piazze molto evolute anche per il nostro tipo di offerta. Ma noi siamo un'azienda orgogliosamente italiana, a capitale italiano, con sede in Italia e preferirei valutare una quotazione sul nostro mercato».

Torniamo al cuore di Dedagroup: è

un periodo complesso per il Paese, siete un gruppo tecnologico che lavora sulla digitalizzazione di aziende e pubblica amministrazione, uno dei pilastri del Pnrr. Come vedete questo momento?

«Il primo semestre è stato a due facce: siamo partiti carichi e pieni di aspettative, ma da quando è scoppiata la guerra in Ucraina il clima è cambiato, soprattutto in termini di propensione all'investimento. L'inflazione, poi, ha complicato le cose, ma la domanda inizialmente ha tenuto. In questi ultimi mesi, però, il quadro è mutato, anche se non lo vedo ancora completamente compromesso. È un momento di grande incertezza che meriterebbe una grande coesione che, come visto, non va data per scontata. Le tante variabili rendono difficile per aziende e imprenditori prendere delle decisioni, ma continueremo a operare con la responsabilità e la fiducia di chi è in grado di generare cambiamenti positivi».

Come è stato l'ultimo anno di Dedagroup e cosa vi aspettate dal 2022?

«Dopo lo shock del 2020, che per noi



è comunque stato un anno positivo in termini di posizionamento e di recupero di marginalità, ma in cui avevamo registrato un rallentamento della crescita, nel 2021 abbiamo realizzato un più 15% (290,5 milioni di euro di ricavi, ndr). Soprattutto abbiamo portato avanti la nostra strategia di polo aggregante delle eccellenze italiane investendo in alcuni settori strategici: dalla finanza, con l'acquisizione di Pegaso2000, alla cybersecurity, con quella di IFInet, che abbiamo integrato per offrire una piattaforma di tecnologie abilitative al passaggio al cloud e alla messa in sicurezza delle stesse. Nel 2022 si è rafforzata anche Dedagroup Stealth, attiva nel mondo della moda, acquisendo BSamply, piattaforma per costruire una supply chain digitalizzata, con l'obiettivo di permettere alle aziende di trovare materie prime secondo principi di sostenibilità». **Siete sempre cresciuti per linee esterne con acquisizioni?**

«Sì. Da quando nel 2000 è nata, Dedagroup ha sempre avuto due elementi strategici: lo sviluppo del software e la volontà di essere polo aggregante di eccellenze del settore, e continuiamo a crescere così. A oggi ne abbiamo acquisite più di 20, la maggior parte in Italia, ma anche in Messico, Usa e Gran Bretagna. Oggi infatti il Gruppo è molto orientato a un'accelerazione dell'internazionalizzazione».

Quanto pesa l'estero sul fatturato complessivo?

«Siamo intorno all'8% e quindi c'è molto potenziale di sviluppo».

Da dove volete iniziare?

«Per la moda oggi siamo già presenti in tutti i Paesi europei, ora guardiamo

all'area Apac e America. Invece con il finance abbiamo deciso di concentrarci sulle Americhe dove il modello degli applicativi specializzati vede un buon riscontro, perché è in realtà meno sviluppato di quello europeo».

Sul mercato americano avrete certamente già dei competitor. Credete di crescere anche in questo caso per linee esterne acquisendo aziende negli Stati Uniti?

«È già successo. Il nostro sbarco in America è nato da un'acquisizione fatta nel 2017. È quindi anche qui una strategia possibile, anche se ora stiamo sviluppando il mercato in maniera organica, con già più di un centinaio di banche clienti. La crescita è lenta, ma anno dopo anno ci rafforziamo: gli applicativi europei hanno una marcia in più e il mercato lo riconosce».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



● **La storia**

Dedagroup, con un fatturato 2021 di 290,5 milioni, oltre 2.000 collaboratori e più di 4.000 clienti, è un polo che ha aggregato eccellenze italiane del software. Nato nel 2000, con head quarter a Trento, il gruppo ha oltre 20 sedi sul territorio italiano, è presente in Svizzera, Francia, Cina, Regno Unito, Usa, Germania, Messico.



Volto Marco Podini, presidente esecutivo di Dedagroup e ceo della holding Lillo a cui fa capo anche la catena di discount con il marchio Md