

La spinta di Dedagroup: moda e finanza, puntiamo sugli Usa

Podini: «L'Italia può esportare anche software»

di **Francesco Bertolino**

Dedagroup entra nell'«era della maturità». Dopo aver realizzato 21 acquisizioni dal 2020 e più che raddoppiato il fatturato da 253 a 601 milioni, il gruppo tecnologico della famiglia Podini è pronto a fare il salto nel mercato più competitivo al mondo: gli Stati Uniti. «Stiamo inaugurando la nuova sede di New York — spiega

tail. Una sfida non da poco per un'azienda italiana misurarsi nella terra che ha inventato il software. «Gli americani sono famosi per le loro grandi piattaforme tecnologiche — sottolinea Podini — ma l'Europa ha una marcia in più nei programmi applicativi per svolgere attività specifiche in settori specifici».

Marco Podini, presidente esecutivo e ceo di Dedagroup — siamo presenti da una decina d'anni sul mercato americano che vale circa il 10% dei nostri ricavi, ma adesso vogliamo accelerare».

Il gruppo ha perciò riorganizzato la sua presenza locale e ora punta a guadagnare quote di mercato e clienti negli Stati Uniti con i suoi software per l'industria della moda, della finanza e del re-

Come detto, una delle specialità di Dedagroup è la moda per cui il gruppo ha da po-

co lanciato Cosmica, una piattaforma per la gestione dei processi aziendali completa di intelligenza artificiale. In ambito finanziario, poi, la società annovera fra i clienti della piattaforma Deda Sphere 150 banche americane che gestiscono nell'insieme 20 miliardi di dollari e generano circa 30 milioni di fatturato.