



Cedacri cresce e punta a nuovi mercati

Nonostante lo scenario non sia stato dei migliori, tra la crisi economica e le tante fusioni che hanno contraddistinto il mercato di riferimento, **Cedacri** ha fatto registrare risultati in linea con i propri piani di sviluppo e in lieve crescita rispetto all'anno precedente.

Conosciuta per le soluzioni in outsourcing rivolte al settore bancario, Cedacri ha realizzato nel 2012 una parte degli obiettivi fissati nel piano di sviluppo triennale reso noto lo scorso anno, iniziando in particolare la penetrazione nel segmento delle aziende industriali e di servizi (il che ha significato anche l'espansione dell'offerta nell'ambito del facility management) e alzando il tiro anche su istituti di credito di medie dimensioni, in questo caso puntando sulle formule di full-outsourcing e sulla vendita di software sviluppato in proprio.

“Abbiamo investito più di 100 milioni di euro per adeguare l'infrastruttura tecnologica e quindi l'offerta alle mutate condizioni del mercato”, spiega **Salvatore Stefanelli**, direttore generale di Cedacri, “e altrettanti ne



Salvatore Stefanelli
direttore generale
di Cedacri

sponderemo nei prossimi anni. I risultati non si sono fatti attendere: siamo riusciti a compensare la perdita di alcuni importanti clienti, a seguito di acquisizioni da parte di grandi gruppi bancari, con nuovi partner, che hanno creduto nei nostri servizi e ci hanno permesso di mettere a segno una

crescita dell'1% del fatturato rispetto all'anno precedente”.

Si sviluppa, quindi, su più fronti la strategia di Cedacri per trovare risorse e quote di mercato in un settore che da molti anni ormai punta al contenimento dei costi e alla razionalizzazione; da una parte i servizi “storici” di outsourcing, spinti oggi fino al facility management, dall'altra soluzioni innovative per i nuovi mercati, quali per esempio il nuovo sistema di mobile payment, basato sull'esperienza accumulata con l'home banking e progettato per offrire una soluzione sicura e chiavi in mano a tutti i vendor che vogliono sfruttare rapidamente questa nuova opportunità.

Più lenta del previsto, invece, la pianificata espansione sui mercati esteri, anch'essa volta ad assicurare a Cedacri lo spazio vitale per la crescita. “La strategia in questo caso”, spiega Stefanelli, “non è agire da soli, ma operare in partnership. In questo senso abbiamo già parecchi contatti in Paesi potenzialmente interessanti per la nostra offerta di facility management”.

