



Frimm si scalda per Piazza Affari

La grande corsa del mattone è stata artefice e testimone della decisa crescita del network di franchising immobiliare nel nostro Paese. Questo sviluppo ha visto realtà come **Frimm Group** arrivare oggi a 600 agenzie affiliate, in netto anticipo sui tempi del piano industriale. Ecco perché si inizia a parlare di quotazione del gruppo in Borsa.

«Da quando siamo nati, nel 2000, il nostro piano industriale ha previsto la quotazione — dice il presidente Roberto Barbato —. I prossimi passi del nostro sviluppo saranno

Il target è raggiungere mille agenzie nel 2006 e 5mila entro il 2010

l'arrivo a mille agenzie entro il 2006, data in cui faremo la domanda per la quotazione, e poi per il 2010 il raggiungimento di

quota 5mila affiliate». Obiettivi ambiziosi ma basati sul concreto sviluppo del gruppo che in quattro anni ha mantenuto le promesse fatte alla nascita. Vediamo allora come avverrà il collocamento in Borsa. «Intendiamo procedere alla fusione della holding Icu con la controllata Frimm Group — continua Barbato —, in Borsa andrà la nuova società che manterrà il nome di Frimm Group. Realizzeremo un aumento di capitale dedicato mentre il socio di maggioranza resterà tale. A oggi **Icu** è da me controllata per l'85% del capitale e la holding a sua volta detiene il 60% di Frimm Group mentre il restante 40% è frazionato tra i nostri affiliati».

Da sottolineare che la capogruppo possiede una quota del 15% in **Tecnocasa**, altro grande network immobiliare.

«Funtiamo alla Borsa per acquisire maggiore visibilità sul mercato — spiega il presidente — in modo da risultare più appetibili per eventuali alleanze strategiche e partnership. Con le risorse ottenute dal collocamento investiremo ulteriormente nel piano industriale per raggiungere l'obiettivo finale delle 5mila agenzie. L'espansione all'estero, invece, non è il nostro core business anche se a oggi abbiamo 15 agenzie in Spagna, tra Madrid e Barcellona, e una a Mentone in Costa Azzurra. Questo non significa che non coglieremo le opportunità che ci si presenteranno all'estero ma piuttosto che preferiremo concentrarci sul mercato italiano».

Paola Dezza

