



28 Luglio 2020

Fabilia family hotel chiede la quotazione all'Aim

di Manuel Follis

Fabilia Group punta all'Aim per crescere. La catena di family hotel & resort specializzata nelle vacanze esclusive per famiglie con bambini ha presentato a Borsa Italiana la comunicazione di pre-ammissione funzionale all'ammissione alle negoziazioni su Aim Italia. La società è oggi posseduta da Mattia Bastoni, che possiede il 67,8% e ricopre le cariche di ceo e presidente e da Mattia Casadio, cfo della società che detiene il restante 32,2%. La società conta di collocare una quota tra il 15-20% (con una forchetta tra 1,6 e 2,25 euro per azione) e di ricavare circa 2 milioni in fase di ipo, il che porta a una valutazione del gruppo di circa 10 milioni. Fondata a Milano Marittima nel 2013, l'azienda oggi conta un totale di 10 strutture tra hotel e resort, e basa il modello di business sul format «only family with kids» che prevede un'esperienza «all inclusive» e «free drink & food h24». Di fatto, sarebbe il primo gestore alberghiero a quotarsi in Italia. «Siamo partiti nel 2013 con una prima struttura in Trentino, la seconda l'abbiamo



Mattia Bastoni e Mattia Casadio

aperta a Milano Marittima e da allora ogni anno abbiamo inaugurato almeno una nuova location. La nostra missione adesso è allargarci all'Europa e poi andare anche oltre» spiega a MF-Milano Finanza l'ad Bastoni. La quotazione da questo punto di vista sarà un'ottima vetrina e fungerà da acceleratore. «Abbiamo in progetto di aprire in tutte le principali destinazioni italiane al mare e in montagna, ma anche in qualche città. In futuro apriremo hotel a Roma e Milano. In più, nel nuovo cda abbiamo inserito una persona che si occuperà di esportare il progetto in Francia, precisamente in Costa Azzurra», prosegue

il ceo. Nel 2019 Fabilia ha realizzato ricavi consolidati pari a 10,8 milioni (+20%) a fronte di un ebitda adjusted di 2,95 milioni con una marginalità al 27,43% dei ricavi e con una posizione finanziaria netta migliorata da 5,86 a 4,47 milioni. «Per fortuna il Covid ha avuto poco impatto sul nostro business. Abbiamo perso un paio di settimane di attività, ma dal 6 giugno abbiamo aperto tutte le nostre strutture con un'occupazione al 70%, in linea con gli anni precedenti». (riproduzione riservata)

