

Crescere con le acquisizioni

MATTONE IN FORMATO PANEUROPEO

DILS

È partito dall'Italia e sta conquistando i partner europei a suon di m&a. Niente di più semplice per un gruppo che ha scelto un nome che suona come deal, ma al plurale. È Dils, nato dalla fusione di Redilco e Sigest, insieme 80 anni di storia del real estate lombardo, focalizzato sulla trasformazione del settore immobiliare attraverso l'innovazione digitale e tecnologica e oggi gruppo paneuropeo con oltre 600 dipendenti e la previsione di «di raggiungere 120 milioni di giro d'affari, superando il target di 100 milioni che era l'obiettivo dell'espansione annunciato nel 2021», dichiara il ceo e fondatore **Giuseppe Amitrano** (nel tondo). Il primo passaggio sulla strada internazionale nel 2023 con l'acquisizione della maggioranza di Van Gool Elburg, nome consolidato da oltre 45 anni nell'immobiliare olandese, in particolare negli uffici e nella

logistica. L'anno successivo il gruppo ha penetrato il mercato portoghese acquisendo Castelhana, 25 anni di esperienza nei servizi immobiliari e particolarmente nota per il suo focus su nuovi sviluppi residenziali premium. L'ultima acquisizione, messa a punto lo scorso



febbraio, riguarda una partecipazione di maggioranza in Lucas Fox, il principale operatore indipendente nel mercato immobiliare residenziale in Spagna, con un focus particolare sul segmento del lusso. «Il nostro obiettivo nei mercati in cui entriamo è offrire servizi di eccellenza, unendo la conoscenza locale alla nostra visione e a competenze e tecnologie avanzate», dichiara il ceo Amitrano. «La nostra crescita proseguirà su due binari: il primo prevede un piano di investimenti e consolidamento nei Paesi in cui operiamo, Paesi Bassi, Portogallo e Spagna, oltre all'Italia. Il secondo prevede un'ulteriore espansione in Francia, Germania, Polonia e Regno Unito. L'obiettivo è diventare il nuovo player indipendente, smart e alternativo nel real estate europeo».

PER UN'EDUCAZIONE MADE IN ITALY IN EUROPA

TRINITY VIAGGISTUDIO

«Ho iniziato il mio lavoro nei soggiorni studio quando avevo solo 19 anni. A 23, insieme con altri soci, avevo già fondato la Trinity Viaggistudio», racconta **Claudia Randazzo** (nella foto), founder e ceo del tour operator che negli anni è diventato un punto di riferimento nell'orga-

nizzazione di vacanze studio all'estero per ragazzi e adulti e oggi propone una settantina di destinazioni in cinque continenti e otto programmi di studio, con una ricca scelta di scuole riconosciute dal British Council o da enti certificatori.

A ottobre 2024 il gruppo ha rafforzato la propria presenza sul mercato con l'acquisizione di St. Andrews College Language Schools, società scozzese specializzata in campi estivi e programmi culturali che gestisce complessivamente 18 centri nel Regno Unito, dieci in Inghilterra e otto in Scozia. «È stata un'acquisizione molto importante perché St. Andrews rappresenta da oltre vent'anni il nostro maggior corrispondente e fornitore all'estero», spiega la ceo.

Il deal è avvenuto attraverso la sister company Trinity International Education e rappresenta un ulteriore ampliamento della strategia del gruppo, che dall'organizza-

zione delle vacanze studio si è allargata alla gestione delle strutture, esportando all'estero il made in Italy anche in ambito educativo. Chiuso l'anno finanziario 2023-24 con ricavi operativi pari a 24 milioni di euro, segnando una crescita del 5,4% rispetto all'esercizio precedente, con il nuovo assetto il gruppo potrebbe superare i 45 milioni di euro di ricavi nel 2024/2025, rafforzando ulteriormente la sua posizione come leader nel settore.

Di recente Trinity ha compiuto un ulteriore passo avanti nella sua strategia di internazionalizzazione avviando un progetto per facilitare l'accesso degli studenti cinesi ai college sia nel Regno Unito sia negli Stati Uniti. «Il made in Italy applicato al mondo dell'educazione è un concetto che affascina il mercato orientale e il connubio tra l'eccellenza italiana e il sistema anglosassone permette di posizionarci come pionieri di un'offerta formativa esclusiva e vincente».



► Il trend è destinato a proseguire nei prossimi anni, «spinto dalla crescente esplorazione dei mercati emergenti che riflette la maggiore apertura verso nuove opportunità di crescita», e a diventare, insieme con l'innovazione tecnologica, la digitalizzazione e lo sviluppo delle competenze, un fattore chiave per il successo sul mercato globale. «Si tratta di un fenomeno ben con-

solidato, radicato nella cultura imprenditoriale e supportato da una visione strategica orientata alla crescita e all'espansione sui mercati esteri. In questo contesto, le imprese italiane saranno chiamate a mettere in atto iniziative mirate a rafforzare la propria posizione sui mercati internazionali e a promuovere uno sviluppo sostenibile e sempre più inclusivo».

(©riproduzione riservata)