



COMUNICATO STAMPA Antoitavia del 17/11/2010

NASCE ANTOITALIA HIGH-STREET RETAIL, JOINT-VENTURE TRA LE SOCIETÀ IMMOBILIARI MILANESI ANTOITALIA E SVILUPPO NEGOZI.

Un'alleanza strategica nel settore degli immobili commerciali con focus su fashion e luxury.

Milano, 17 Novembre 2010 – Dalla collaborazione tra le società Antoitavia e Sviluppo Negozi è nata Antoitavia High-Street Retail, joint-venture dedicata a rispondere alle esigenze di uno specifico segmento del mercato immobiliare, quello del retail moda e lusso. Antoitavia High-Street Retail mette insieme esperienza, competenza e specializzazioni di due società leader nel settore immobiliare. Antoitavia – in qualità di agency per clienti corporate - ha in gestione un portafoglio di immobili a destinazione commerciale in posizioni estremamente interessanti per negozi e show-room di alta gamma. Solo per restare a Milano, la rosa degli indirizzi include tra gli altri piazza Duomo, corso Vittorio Emanuele, corso Venezia, via Manzoni, via Montenapoleone e via della Spiga. Sviluppo Negozi è una società – fondata da Andrea Lorenzato - specializzata nella ricerca di “sedi” per punti vendita strategici per conto di aziende – in particolare brand della moda e del lusso - che gestiscono negozi monomarca, direttamente o in franchising. Il track-record di Sviluppo Negozi si concentra nelle principali strade dello shopping internazionale, come via Montenapoleone a Milano, via Condotti a Roma, Rue du Faubourg Saint-Honoré a Parigi, Old Bond Street a Londra, Madison Avenue a New York, e in località come Capri, Forte dei Marmi, Porto Cervo, Montecarlo, Cannes, Saint-Tropez, St Moritz.

A capo di Antoitavia High-Street Retail sarà Andrea Lorenzato, che mantiene il proprio ruolo di a.d. di Sviluppo Negozi. La joint-venture ha l'obiettivo di massimizzare le sinergie esistenti tra i due operatori, focalizzandosi sui negozi per brand moda e lusso nelle *high-street* e *luxury street* italiane ed estere. L'unione ha già permesso di conseguire eccellenti risultati con la conclusione di diverse operazioni nel centro di Roma e di Milano. L'ultima in ordine di tempo è la sede nel centro di Milano - in corso Venezia angolo piazza San Babila - del negozio “Zara Home”. L'inaugurazione del flagship store dedicato all'arredamento e alla decorazione d'interni del noto marchio spagnolo è avvenuta lo scorso 6 ottobre.

Per i brand del fashion e del luxury la ricerca della location “giusta” per i punti vendita nelle città dello shopping è importante quanto la creazione delle loro collezioni. La presenza in una *high street* – nome con cui si definiscono le vie commerciali per eccellenza - garantisce ad un flagship store elevata visibilità ed elevato afflusso di clienti. Per le firme del lusso poi è cruciale l'elemento “prestigio”: il “posizionamento” del negozio in una *luxury street* conta quanto il posizionamento del marchio, anzi, fa parte integrante della strategia di brand positioning.

Con la nuova business unit “High-Street Retail” la società milanese guidata da Fabio Tonello conferma la propria mission di full service provider nel settore immobiliare, rafforzando la focalizzazione sul segmento di alta gamma del settore. Il posizionamento di Antoitavia su questa fascia di mercato è comune alle diverse business unit del gruppo: dall'agency al property management, per immobili commerciali e residenziali (il progetto “San Pietro all'Orto 6” ne rappresenta un esempio eclatante), al real estate turistico-alberghiero, che fa capo ad Antoitavia Hospitality. Anche la business unit dedicata all'hospitality si caratterizza per il coinvolgimento in qualità di advisor e di agency in numerose iniziative immobiliari nel segmento high-end, perfettamente in linea con la strategia del gruppo: sviluppi di golf resort, SPA hotel, hotel di charme e boutique hotel.

**Informazioni aggiuntive al comunicato stampa.**

SVILUPPO NEGOZI è la società guidata da Andrea Lorenzato, con sede in Milano, via Montenapoleone, che opera come advisor e agency immobiliare nella ricerca o dismissione di sedi per negozi e showroom per firme e marchi della moda e del lusso.

Tra le molte "insegne" presenti nel portafoglio clienti: Bulgari, Cartier, Damiani, Omega, Armani, Burberry's, Church's, Corneliani, Gucci, La Perla, Loro Piana, Miu Miu, Prada, Paul&Shark, Santoni, Zegna e Abercrombie & Fitch, Bershka, Calzedonia, Designal, Geox, H&M, Mango, Nike, Tally Weijl, Tezenis, Apple e Wind.

Per maggiori informazioni: www.svilupponegozi.com



Profilo di ANTOITALIA

ANTOITALIA è leader italiano nel settore dei servizi immobiliari per una clientela corporate. Grazie alla consolidata esperienza e competenza del management - che opera nel settore da oltre trent'anni - alle società e business unit specializzate e all'ampia rete di professionisti, ANTOITALIA offre un mix integrato e coordinato di servizi nel settore del real estate, in grado di rispondere a tutte le esigenze in ambito immobiliare espresse dalla clientela. Un network di oltre 1.200 operatori in Italia e all'estero garantisce la più ampia copertura a livello territoriale. Presidente di Antoitalia è Fabio Tonello.

I servizi offerti comprendono intermediazione, advisory, valutazione, property management, engineering e general contracting, per immobili interi, frazionamenti e cantieri, a destinazione residenziale, commerciale e terziaria.

Una società dedicata, Antoitalia Hospitality-TurismoRE, è specializzata in operazioni di sviluppo e transazioni per strutture turistico-ricettive (hotel, resort, complessi golfistici, spa, marine).

ANTOITALIA è associato FIMAA (Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari), FIABCI (Federazione internazionale agenti e operatori immobiliari), Assoimmobiliare e Assolombarda.

Per maggiori informazioni: www.antoitalia.it

Contatti:

ANTOITALIA - Via Fatenenefratelli, 19 - 20121 Milano

T +39 02 2901 3497

livio.lanteri@antoitalia.it

Ufficio stampa Antoitalia:

Robert Hassan

Cell. +39 338 88 37 628

robert.hassan@tiscali.it