

A R S E N A L E

Estratto della Rassegna Stampa

2020

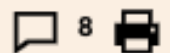
Italian hotels attract foreign investors as pandemic bites

Crisis threatens to force sales in fragmented and debt-laden sector



Italy was the top destination for affluent global tourists last year and the luxury tourism market is estimated to grow by 6.2 per cent by 2025, according to travel agency Enit © ANGELO CARCONI/EPA-EFE/Shutterstock

Silvia Sciorilli Borrelli in Milan 9 HOURS AGO



The coronavirus pandemic is spurring deal opportunities in Italy's luxury hotel sector as international travel restrictions aggravate financial woes.

Italy is the only European country with more than 1m hotel rooms and big chains account for only 5 per cent of them, with the rest of the market dominated by small family-owned businesses.

Industry experts believe foreign investors have been deterred by small sizes and fragmented ownership that have undermined profitability. But the crisis threatens to change things as it ravages a sector that was already labouring under heavy debt loads.

The five-star Villa La Vedetta in Florence, for example, has permanently closed while many others, including Rome's Hotel Raphaël, have not reopened since the first lockdown.

"Italian hotel assets have always been attractive for investors and this year many family-owned businesses are struggling and can't afford reopening," said Marie-Louise Sciò chief executive of her family's Pellicano Hotels company. "There's lots of activity in terms of real estate investments right now."

“

I'm not sure the issue is only financial . . . just look at how Italian fashion groups were sold to foreign investors. There's a lack of vision

Marie-Louise Sciò, chief executive of Pellicano Hotels

French group Covivio in September finalised the €573m acquisition of seven Italian hotels, including Rome's Hotel Exedra, from US private equity group Värde Partners, which bought the hotels for €150m in 2017 from Venice's Boscolo family.

New York hedge fund Elliott Management sold famed Venice hotel Bauer to Austrian real estate group Signa over the summer after only a year of ownership, while London-based Orion Capital announced it was expanding luxury hotel brand Six Senses into Italy after acquiring an 18th century *palazzo* in Rome.

Gruppo Statuto, the indebted owner of the Danieli Hotel in Venice and the Mandarin Oriental and Four Seasons hotels in Milan, this year launched talks with lenders to reorganise its capital structure only two years after it was bailed out by London-based hedge fund TCI.

"Many institutional investors are searching for hotels in Italy but there's more demand than availability," said Bernabò Bocca, chairman of Sina Hotels group and president of the national hotel owners association, Federalberghi.

At the height of the pandemic, Italian opposition parties warned the crisis would lead to “international speculators” sweeping up the country’s prized hotel assets if the government failed to intervene.

It has happened before. Compagnia Italiana Grandi Alberghi, which for most of the 20th century owned the country’s biggest hotels in Venice, Rome and Milan, was sold to US hotel group Sheraton International in 1995 following a painful debt restructuring.

To block distressed domestic hotel owners from selling to foreign investors at a discount, state-backed investor Cassa Depositi e Prestiti has launched a €2bn real estate fund to take over the properties while leaving the management to the former owners with the aim of selling it back to them after 10 years. CDP is the biggest institutional hotel owner in Italy, followed by the Qatari sovereign wealth fund and BNP Paribas.

But some investors believe CDP’s scheme cannot be a long-term solution. “It’s like giving someone who is having a heart attack a cup of warm water,” said Paolo Barletta, chief executive of Gruppo Barletta, who is expanding Rosewood and Soho House into Italy.

“We need a plan to attract international luxury hotel brands that bring affluent tourists to the country,” he added. “It’s absurd that Italy’s hospitality sector is so fragmented and run at a family-level when tourism is such a big part of the country’s economy.”

€2bn

Value of Cassa Depositi e Prestiti’s fund, which aims to take over hotels and eventually sell them back to previous owners

According to national travel agency Enit, Italy was the top destination for affluent global tourists last year and the luxury tourism market, which is set to lead any recovery after the pandemic, will grow by 6.2 per cent by 2025.

Mr Barletta and Nicola Bulgari, grandson of the eponymous jewellery brand's founder, recently launched Arsenale, a company that will focus on the acquisition and renovation of hotels in leading Italian tourist destinations that will be run by international hospitality brands.

"We're looking at several properties in Rome and elsewhere and we're always the only Italian investor seated at the table," said Mr Barletta.

"Italy doesn't have large hotel groups, so it's obvious owners sell to foreigners, either because they're struggling to repay debt or because [foreigners] offer more money," he added.

Some industry insiders are relaxed about acquisitions by overseas groups.

"I don't think it's a tragedy if international investors buy hotels in Italy, it's not great when foreigners buy assets and relocate jobs but hotels can't be relocated," Mr Bocca said, although he added that "if you have hedge funds coming in now to buy . . . at a discount because owners are burdened by debt, then it's a different story".

But others bemoan the prospect of the latest Italian asset group to fall into foreign ownership.

"I'm not sure the issue is only financial . . . just look at how Italian fashion groups were sold to foreign investors," said Ms Scio. "There's a lack of vision."

Mr Barletta and Nicola Bulgari, grandson of the eponymous jewellery brand's founder, recently launched Arsenale, a company that will focus on the acquisition and renovation of hotels in leading Italian tourist destinations that will be run by international hospitality brands.

“We’re looking at several properties in Rome and elsewhere and we’re always the only Italian investor seated at the table,” said Mr Barletta.

“Italy doesn’t have large hotel groups, so it’s obvious owners sell to foreigners, either because they’re struggling to repay debt or because [foreigners] offer more money,” he added.

Some industry insiders are relaxed about acquisitions by overseas groups.

“I don’t think it’s a tragedy if international investors buy hotels in Italy, it’s not great when foreigners buy assets and relocate jobs but hotels can’t be relocated,” Mr Bocca said, although he added that “if you have hedge funds coming in now to buy . . . at a discount because owners are burdened by debt, then it’s a different story”.

But others bemoan the prospect of the latest Italian asset group to fall into foreign ownership.

“I’m not sure the issue is only financial . . . just look at how Italian fashion groups were sold to foreign investors,” said Ms Scio. “There’s a lack of vision.”

Bulgari al bis con Barletta sugli hotel Al debutto l'immobiliare Arsenale

OSPITALITÀ DI LUSSO

La nuova società ha già investimenti attivi per oltre 370 milioni di euro

Le prossime operazioni saranno tra Roma, Cortina, Toscana e Sud Italia

Monica D'Ascenzo

La partnership fra **Paolo Barletta** e Nicola Bulgari si rafforza. La nuova tappa dei progetti insieme è la costituzione di Arsenale, società focalizzata nel turismo made in Italy. L'operazione avviene a un anno dall'ingresso di Annabel Holding di Nicola Bulgari con il 12% nel venture capital **Alchimia** di **Paolo Barletta**. Ora un ulteriore passo



INVESTIMENTI ATTIVI

Arsenale conta già ad oggi 5 operazioni in pipeline e 3 concluse

permetterà a Bulgari, tramite Annabel Holding, di acquisire una quota fino al 25% della nuova società. Metà di questa operazione è, peraltro, già stata perfezionata. «L'industria del turismo è da sempre un fiore all'occhiello del made in Italy e mai come in questo momento ha bisogno di una spinta per la ripartenza. Il nostro Paese ce lo invidiano tutti nel mondo. Spetta a noi adeguarci agli standard europei e valorizzarlo. Ecco perché ho deciso di entrare in prima persona in questa avventura» racconta Bulgari.

D'altra parte nel settore resta ancora molto da fare in Italia. «Dobbiamo puntare a valorizzare le possibilità turistiche che abbiamo. In futuro a so-

fririre sarà il mercato business, non quello leisure, dove abbiamo intenzione di investire» spiega Barletta, aggiungendo: «Nel nostro Paese solo il 7% dell'hospitality è in mano ai grandi brand internazionali, contro il 30% degli altri Paesi europei. È importante avere un campione italiano che li porti in Italia. Altrimenti entreranno nel nostro mercato accompagnati da fondi esteri come sta avvenendo».

Con investimenti già attivi per oltre 370 milioni, Arsenale sarà dotato di tre divisioni principali, tutte focalizzate sul turismo. Oltre ai progetti di Soho House Roma e Rosewood Venezia dal **Gruppo Barletta** che confluiscono in Arsenale, la pipeline della nuova società prevede 5 operazioni strategiche tra Roma, Cortina, Toscana e Sud Italia. «Sono a buon punto e contiamo di chiuderne due entro la fine dell'anno» spiega Barletta, aggiungendo: «Abbiamo un fresh equity importante: fra nuovi capitali, flussi e valorizzazioni, arriveremo nei prossimi 5 anni a investire in equity circa 230 milioni. Il valore di materiale, che comprenderemo, sarà di 121 milioni, investiti prevalentemente in prodotti di aziende italiane». L'estate scorsa è stata chiusa la prima operazione strategica con l'acquisto di Santa Venere di Maratea affidata alla gestione la famiglia Melpignano. «Solo la pipeline immobiliare del gruppo creerà una base occupazionale di 1285 persone con posto fisso e 250 stagionali» sottolinea Barletta, che conclude «A livello di fatturato stimiamo 460 milioni di ricavi alberghieri nei prossimi 5 anni». Per Nicola Bulgari è il momento che l'Italia valorizzi il settore: «Dobbiamo sviluppare il sistema delle scuole alberghiere per dare ai giovani l'opportunità e la professionalità adeguata. È fondamentale l'attenzione e la professionalità che si deve tenere verso i clienti per migliorare e valorizzare al meglio il nostro patrimonio turistico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Rosewood Venezia. Uno dei progetti di Barletta che finiranno in Arsenale Spa

La proprietà intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato

Luxury hospitality, Bulgari e Barletta lanciano l'immobiliare Arsenale

LINK: <https://www.ilsole24ore.com/art/luxury-hospitality-bulgari-e-barletta-lanciano-l-immobiliare-arsenale-ADPAcYu>



Servizio ServizioContenuto basato su fatti, osservati e verificati dal reporter in modo diretto o riportati da fonti verificate e attendibili. Scopri di più immobiliare Luxury hospitality, Bulgari e Barletta lanciano l'immobiliare Arsenale Con investimenti già attivi per oltre 370 milioni, Arsenale sarà dotato di tre divisioni principali, tutte focalizzate sul turismo. di Monica D'Ascenzo Con investimenti già attivi per oltre 370 milioni, Arsenale sarà dotato di tre divisioni principali, tutte focalizzate sul turismo. 9 ottobre 2020 0Commenta 2' di lettura La partnership fra **Paolo Barletta** e Nicola Bulgari si rafforza. La nuova tappa dei progetti insieme è la costituzione di Arsenale, società focalizzata nel turismo made in Italy. L'operazione avviene a un anno dall'ingresso di Annabel Holding di Nicola Bulgari con il 12% nel venture capital **Alchimia** di **Paolo Barletta**. Ora un ulteriore passo permetterà

a Bulgari, tramite Annabel Holding, di acquisire una quota fino al 25% della nuova società. Metà di questa operazione è, per altro, già stata perfezionata. «L'industria del turismo è da sempre un fiore all'occhiello del made in Italy e mai come in questo momento ha bisogno di una spinta per la ripartenza. Il nostro Paese ce lo invidiano tutti nel mondo. Spetta a noi adeguarci agli standard europei e valorizzarlo. Ecco perché ho deciso di entrare in prima persona in questa avventura» racconta Bulgari. Leggi anche Scopri RealEstate+, ogni settimana inchieste e notizie esclusive D'altra parte nel settore resta ancora molto da fare in Italia. «Dobbiamo puntare a valorizzare le possibilità turistiche che abbiamo. In futuro a soffrire sarà il mercato business, non quello leisure, dove abbiamo intenzione di investire» spiega Barletta, aggiungendo: «Nel nostro

Paese solo il 7% dell'hospitality è in mano ai grandi brand internazionali, contro il 30% degli altri Paesi europei. È importante avere un campione italiano che li porti in Italia. Altrimenti entreranno nel nostro mercato accompagnati da fondi esteri come sta avvenendo». Con investimenti già attivi per oltre 370 milioni, Arsenale sarà dotato di tre divisioni principali, tutte focalizzate sul turismo. Oltre ai progetti di Soho House Roma e Rosewood Venezia dal **Gruppo Barletta** confluiscono in Arsenale, la pipeline della nuova società prevede 5 operazioni strategiche tra Roma, Cortina, Toscana e Sud Italia. «Le cinque operazioni sono a buon punto e contiamo di chiuderne due entro la fine dell'anno» spiega Barletta, aggiungendo: «Abbiamo un fresh equity importante: fra nuovi capitali, flussi e valorizzazioni, arriveremo nei prossimi 5 anni a

investire in equity circa 230 milioni. Il valore di materiale, che compreremo, sarà di 121 milioni, investiti prevalentemente in prodotti di aziende italiane». L'estate scorsa è stata chiusa la prima operazione strategica con l'acquisto di SantaVenere di Maratea affidata alla gestione la famiglia Melpignano. «Solo la pipeline immobiliare del gruppo creerà una base occupazionale di 1285 persone con posto fisso e 250 stagionali» sottolinea Barletta, che conclude «A livello di fatturato stimiamo 460 milioni di ricavi alberghieri nei prossimi 5 anni». Per Nicola Bulgari è il momento che l'Italia valorizzi il settore: «Dobbiamo sviluppare il sistema delle scuole alberghiere per dare ai giovani l'opportunità e la professionalità adeguata nei confronti delle esigenze di un mondo che cambia a grande velocità. È fondamentale l'attenzione e la professionalità che si deve tenere verso i clienti per migliorare e valorizzare al meglio il nostro patrimonio turistico». 9 ottobre 2020

Imprese: nasce Arsenale Spa

LINK: <https://www.milanofinanza.it/news/business/mf-dow-jones?pag=1#1224166958>

MF Dow Jones Imprese: nasce Arsenale Spa MILANO (MF-DJ)--Dalla nuova partnership tra Nicola Bulgari, con la sua Annabel Holding S.r.l., e **Paolo Barletta**, Ceo di **Gruppo Barletta** e della società di venture capital **Alchimia** S.p.a., è nata Arsenale S.p.a., società focalizzata nel Turismo Made in Italy e attiva nella conduzione di un progetto articolato e massivo nel mondo dell'Hospitality Italiana. L'operazione avviene un anno dopo l'ingresso di Annabel Holding in **Alchimia**, grazie all'accordo sottoscritto con aumento di capitale riservato di 10 milioni di euro e pari al 12% di **Alchimia** Spa. Nella nuova società, Nicola Bulgari, tramite Annabel Holding, potrà acquisire una partecipazione di minoranza fino al 25%, di cui la prima metà è stata già perfezionata. Con investimenti già attivi per oltre 370 milioni di euro, Arsenale sarà dotata di tre divisioni principali, tutte focalizzate sul turismo, tra le quali la divisione Real Estate Hospitality. Oltre ai progetti di Soho House Roma e Rosewood Venezia che dal **Gruppo Barletta** confluiscono in Arsenale, la pipeline della nuova società

prevede 5 operazioni strategiche tra Roma, Cortina, la Toscana e il Sud Italia. Il focus principale è la valorizzazione di immobili e hotel in posizioni strategiche che, grazie a nuovi investimenti e tramite la gestione dei migliori brand dell'Hospitality mondiale, potranno tornare a essere attori reali dell'ospitalità e del lusso Made in Italy. Nel corso dell'estate scorsa è stata già finalizzata la prima operazione strategica con la sottoscrizione di un accordo per la gestione e acquisizione dell'iconico SantaVenere di Maratea, Hotel simbolo del Sud Italia e celebre ritrovo del mondo del cinema (nonché set del nuovo film di James Bond 007) e dell'imprenditoria internazionale. Arsenale Hospitality ha scelto come partner per la gestione la famiglia Melpignano, già proprietari e gestori di Borgo Egnazia in Puglia, uno dei luoghi simbolo dell'ospitalità in Italia. Il SantaVenere, sarà oggetto di un'importante ristrutturazione che potrà innalzare il livello dell'Hotel e dei suoi servizi per rientrare all'interno dei circuiti del lusso mondiale. "emozionante in un momento come questo

poter parlare di turismo e pianificare a lungo termine investimenti strutturati nel nostro Paese. L'Italia, siamo convinti, potrà avere un grande vantaggio competitivo nel post Covid e dobbiamo farci trovare pronti per essere i protagonisti di questa nuova fase", ha commentato **Paolo Barletta**, Amministratore Delegato di Arsenale. "La fiducia di Nicola Bulgari e di tutto il suo team manageriale, unita alla loro esperienza e visione, sono un asset prezioso che fanno di questo nuovo gruppo un player centrale dell'Hospitality Italiana. Arsenale non sarà solo Real Estate e gestioni alberghiere, ma un progetto completo nel mondo dell'hospitality e del life style. Il focus principale sono l'Italia e il Made in Italy, perché in questo Paese noi crediamo fortemente". "Siamo il Paese più bello del mondo e la nostra sfida sarà quella di poterlo mostrare a tutti", ha commentato Nicola Bulgari, "in Asia ci sono quasi 800 milioni di Millennials che presto potranno tornare a viaggiare, a scoprire e visitare. Noi dovremmo essere pronti ad accoglierli

e su questa sfida si giocherà parte del futuro del nostro Paese". Nel Cda di Arsenale siederanno, come espressione di Annabel Holding, l'avvocato storico della Famiglia Bulgari Gary J. Gartner e Luca Benigni. Per **Gruppo Barletta** i rappresentanti saranno invece Mario Cappon e Fabio Borghese. Luca Benigni, Presidente del Cda di Annabel ha aggiunto: "la partnership con **Alchimia** Spa si è rivelata di grande successo e in poco più di un anno abbiamo raggiunto risultati incredibili. I nostri team hanno potuto lavorare a stretto contatto capendo il grande potenziale della loro unione. Per questa ragione siamo entusiasti di poter lavorare anche in un ambito più Core e con una visione di lungo periodo su un tema tanto emozionante quanto centrale qual è l'Hospitality Made In Italy". L'operazione è stata seguita dagli studi Chiomenti per Annabel Holding con i partner Italo De Santis e Giovanni Cristoforo e lo studio Legance per il **Gruppo Barletta**, con il partner Marco Gubitosi e la senior associate Flavia Carmina. Advisor finanziario e fiscale dell'operazione lo studio BK, nella persona del suo managing partner Federico Peron. alberto.chimenti@mfdowjon.es.it (fine) MF-DJ NEWS

12/10/2020 12:01