



The image shows a mobile browser interface. At the top, there is a status bar with icons for signal, Wi-Fi, battery, and time (09:40). Below it is a search bar containing the URL 'issuu.com/justroma/docs/justrc'. The main content area features a large orange and white graphic with the text 'ONLY ITALIA' and 'LA PRIMA CATENA DI DEPARTMENT STORE DEL MADE IN ITALY IN CINA'. Below this is a photograph of a man in a suit presenting a framed award to a woman in a blue jacket. The background of the photo includes logos for 'Balletown' and 'ONLY ITALIA'. To the left of the photo is a text box with an orange background containing a short article snippet. At the bottom right, there is a large orange letter 'O' followed by a paragraph of text. The footer of the page includes the page number '90 - JustRoma - Giugno 2014' and the 'ISSUU BETA' logo.

**ONLY ITALIA**  
LA PRIMA CATENA DI DEPARTMENT STORE  
DEL **MADE IN ITALY IN CINA**



**Balletown**  
芭蕾雨

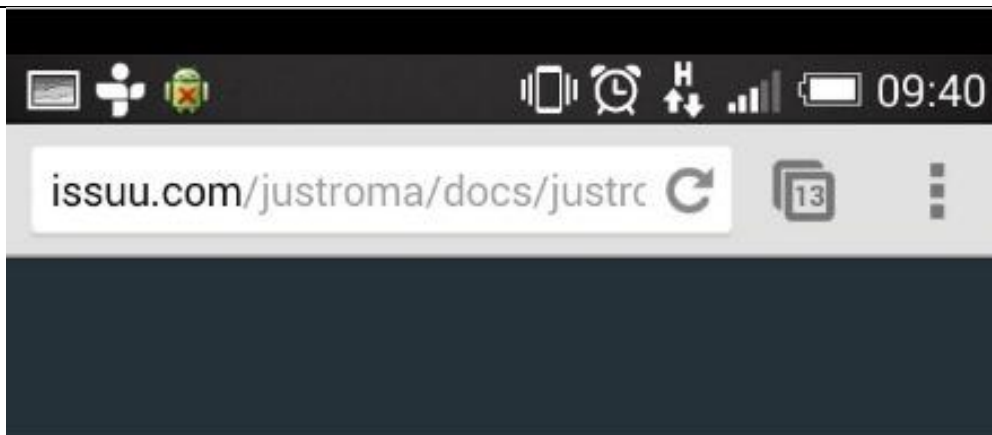
**ONLY ITALIA**

*Only Italia sigla un accordo con Balletown, controllata di China Infrastructure Group (CIG), per l'apertura di una catena di department store nei 20 shopping village che Balletown realizzerà in Cina entro il 2017.*

**O**nly Italia, il network di imprese fondato nel 2011 da Irene Fiventi per promuovere e distribuire prodotti e brand delle PMI italiane all'estero, ha si-

90 - JustRoma - Giugno 2014

ISSUU BETA



glato un accordo con Balletown (Gruppo CIG) per l'apertura di una catena di department store del Made in Italy nei 20 shopping village che Balletown realizzerà in Cina entro il 2017 a margine di aree residenziali e commerciali di nuova costruzione, parte integrante del progetto immobiliare.

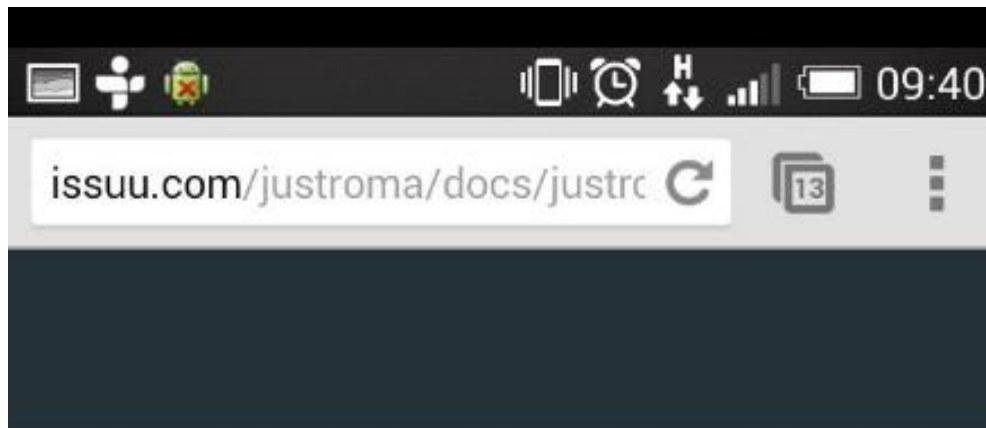
L'accordo prevede anche l'acquisizione dell'80% di Only Italia da parte di Balletown, con un investimento iniziale di € 10 milioni per lo sviluppo di Only Italia e del suo network di PMI in Italia.

*"Con questo accordo Only Italia diventa un canale di distribuzione diretto per le pmi italiane che vogliono esportare i loro prodotti in Cina." - commenta Irene Pivetti, Presidente e fondatore di Only Italia - "In più, l'ingresso nel capitale di Balletown ci consentirà di sviluppare e integrare il nostro network per selezionare prodotti e brand di tutte quelle PMI italiane che non hanno la forza commerciale per sviluppare una strategia distributiva capillare in un mercato vasto e complesso come quello cinese"*

Fashion, design, gioielleria, cosmetica, food&wine sono i settori su cui punta Only Italia che selezionerà, insieme ai partner cinesi, brand e prodotti 100% Made in Italy. Only Italia gestirà tutte le fasi del processo di esportazione e vendita: dalle certificazioni agli aspetti logistici, dalla selezione dei prodotti al packaging, dagli aspetti legali alla gestione finanziaria, dalle analisi di mercato alle attività di marketing e comunicazione.

L'apertura del primo shopping village di Balletown che ospiterà il department store Only Italia è prevista per il prossimo ottobre. Lo shopping village sarà realizzato a Foshan City, nella provincia di Guangdong (Cina





sud-orientale) e si svilupperà su un'area di 2 milioni di mq che ospiterà anche Hotel, aree residenziali e commerciali, parchi e servizi per il tempo libero.

*"Le politiche commerciali in Cina stanno cavalcando un nuovo trend: alla stagione del lusso segue quella della qualità per tutti. E il Made in Italy è una garanzia di qualità, in Cina come nel resto del mondo." - spiega Lia Zhuoyan, Presidente di Balletown - "Questo accordo è una tappa fondamentale per gli scambi commerciali tra l'Italia e la*

*Cina. Garantisce importanti sinergie ai brand coinvolti ed è un modello di riferimento per il trading internazionale che va proprio nella direzione su cui sono orientate le principali economie mondiali."*

di Barbara Braghin

JustRoma - Giugno 2014 - 93