

Balletown acquista l'80% della rete di aziende fondata da Irene Pivetti. Entro il 2017 saranno aperti 20 department store

Only Italia, parla cinese il network della pmi

DI ANDREA PIRA

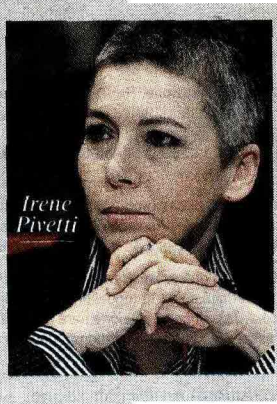
I cinesi acquisiscono **Only Italia**, la rete di piccole e medie imprese fondata nel 2011 da Irene Pivetti. Il network, che oggi conta oltre 1.900 aziende, diventa canale di distribuzione diretto per le pmi italiane che puntano al mercato cinese. Ieri a Roma la presidente Pivetti ha siglato un accordo con Balletown, controllata del China Infrastructure Group, per l'apertura di una catena di department store del made in Italy, cuore dei 20 shopping village che i cinesi realizzeranno nella Repubblica popolare entro il 2017. L'accordo prevede l'acquisizione di Balletown dell'80% per cento di **Only Italia**, con un investimento iniziale di 10 milioni di euro. L'ingresso dei cinesi nel capitale, «consentirà di sviluppare e integrare la nostra rete per selezionare prodotti e brand» e sostenere le pmi che da sole avrebbero difficoltà in un mercato vasto come quello di Pechino. Il progetto sposa le nuove linee guida del-

la dirigenza cinese, con la necessità di puntare su un modello di sviluppo che non punti soltanto sulla quantità, ma anche sulla qualità, sullo sviluppo della domanda interna e sull'innalzamento degli standard di vita. Centrale nella realizzazione di questo obiettivo è lo sviluppo dell'urbanizzazione, il trasferimento di milioni di persone dalle campagne

alle città, di seconda e terza fascia. «Le politiche commerciali in Cina stanno calcando un nuovo trend: alla stagione del lusso segue quella della qualità per tutti», ha spiegato il presidente di Balletown, Lin Zhouyan. «Il made in Italy è una garanzia di qualità in Cina e nel mondo». In questo contesto Balletown, partecipata anche dal colosso del trading Tewoo Group, ha già alle spalle l'esperienza

di centri residenziali di fascia alta in 21 province cinesi. L'apertura del primo shopping village sorto attorno ai department store di **Only Italia** è prevista per ottobre.

La città satellite sorgerà a Foshan, nella provincia del Guangdong, polmone dell'economia cinese, dove secondo le stime i prodotti potrebbero trovare una platea di 20 milioni di consumatori. Il complesso comprenderà un centro dello stile e della cultura italiana, un centro per l'esposizione di prodotti italiani, un centro business multifunzionale, una strada dedicata al business. «Entro i prossimi due anni puntiamo a costruire altre sei città», ha spiegato Lin nel sottolineare che, come nel caso di Foshan, si tratta di luoghi collegati facilmente con i principali centri attorno ai quali gravitano. Tra le regioni indicate: Hainan, la provincia dello Zhejiang, Tianjin (ossia la municipalità che, come spiegato dal presidente dell'Ice, Riccardo Monti dovrebbe essere l'hub italiano nella Repubblica popolare), le province dello Shandong, dello Shanxi e del Liaoning. (riproduzione riservata)



Irene Pivetti

