

## Accordi. Sbarco in Cina con la moda

# Centergross si allea con la Only Italia

**Ilaria Vesentini**

BOLOGNA

Il Centergross di Bologna, il più grande hub del pronto-moda in Italia e in Europa, si allea con il network per l'internazionalizzazione Only Italia e sbarca in Cina per conquistare il nuovo ceto medio asiatico con prodotti fashion di qualità a prezzi accessibili. Un accordo, di cui si stanno studiando gli ultimi dettagli prima della firma, che sfrutta la scia del recente sodalizio tra la rete Only Italia (fondata nel 2011 dall'ex presidente della Camera Irene Pivetti) e la corporazione cinese Balletown per l'apertura di 20 shopping village entro il 2017 nella repubblica popolare.

«Il made in Italy non è rappresentato solo dalle grandi maison del lusso come Valentino, Versace, Armani, marchi elitari, ma anche e soprattutto dalle centinaia di aziende che fanno capi di qualità di fascia media, di cui noi siamo l'intermediario numero uno», sottolinea la presidente del Centergross, Lucia Gazzotti. Il suo incontro con Irene Pivetti si deve infatti alla necessità di Only Italia di trovare in tempi rapidissimi - i tempi di consegna della merce sono stati fissati tra luglio e agosto - un soggetto in grado di fornire 700 marchi del total look made in Italy ai cinesi. Quale migliore interlocutore della piattaforma di Funo di Argelato, la cittadella di 100 ettari del pronto moda all'ingrosso a nord di Bologna, che aggrega 680 aziende del fashion, per 5 miliardi di giro d'affari?

«Ora la nostra sfida - conferma Gazzotti - è riuscire a trovare se non tutti 700, ma almeno la stragrande maggioranza dei brand italiani che dovranno riempire queste città satellite residenziali e commerciali che saranno costruite in Cina. Sono diverse le aziende da noi contattate, come Teddy con il marchio Rinascimento, che si sono già

messe in moto». Telefono e mail del Centergross sono in fibrillazione, l'obiettivo di arrivare entro l'estate a un ventaglio completo e vario del made in Italy per vestire donna, uomo e bambino cinesi (dalla testa ai piedi) è ambizioso, ma lo è anche l'opportunità per le nostre aziende, soprattutto ora che il mercato russo desta problemi: si parla di una decina di milioni di euro di investimenti nel fashion italiano da parte di Balletown solo per il primo department store che sarà inaugurato il prossimo ottobre a Foshan City, nella Cina sud-orientale. Ol-

# 680

### Aziende fashion

Le imprese del pronto moda al Centergross, 5 miliardi di ricavi

tre 200mila metri quadrati di spazi commerciali da moltiplicare per venti nel giro di tre anni.

«Quella con il Centergross è una partnership decisiva ora che l'accordo con Balletown è ufficiale - spiega Irene Pivetti, presidente di Only Italia, in cui il big cinese entrerà a breve con l'80% delle quote - perché significa salvaguardare la qualità del prodotto con tempi e quantità all'altezza del mercato asiatico: Only Italia, che ha già nella sua rete 300 imprese del settore moda, con il Centergross acquisisce una massa critica indispensabile per lo sviluppo del progetto».

«Siamo gli unici a poter gestire volumi del genere», conferma Gazzotti, che sta lavorando parallelamente a un piano di sviluppo commerciale anche nella zona franca di Tangeri, in Nord Africa, dove mira ad aprire nel 2015 una trentina di showroom del pronto moda made in Italy.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

