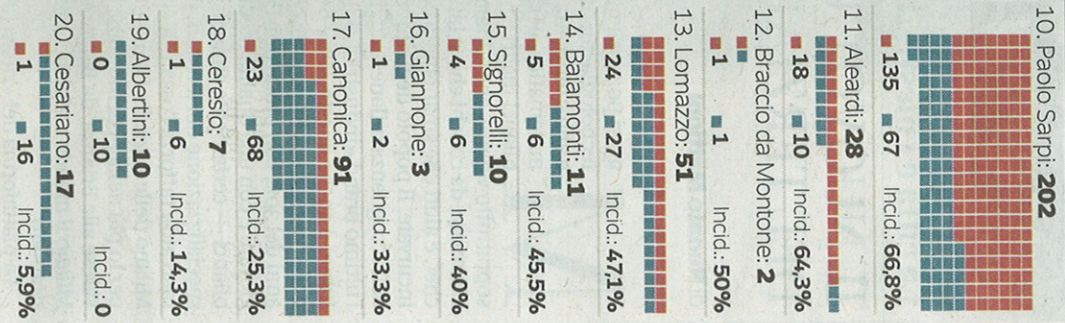
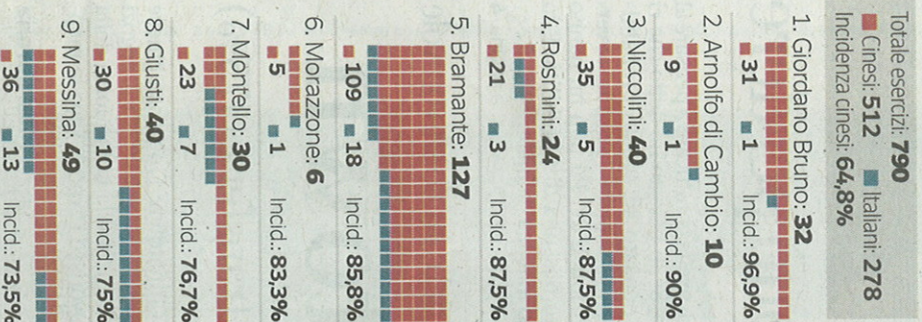


**Primo piano** | Come cambia la città

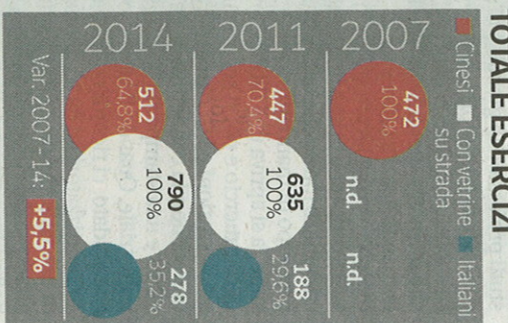
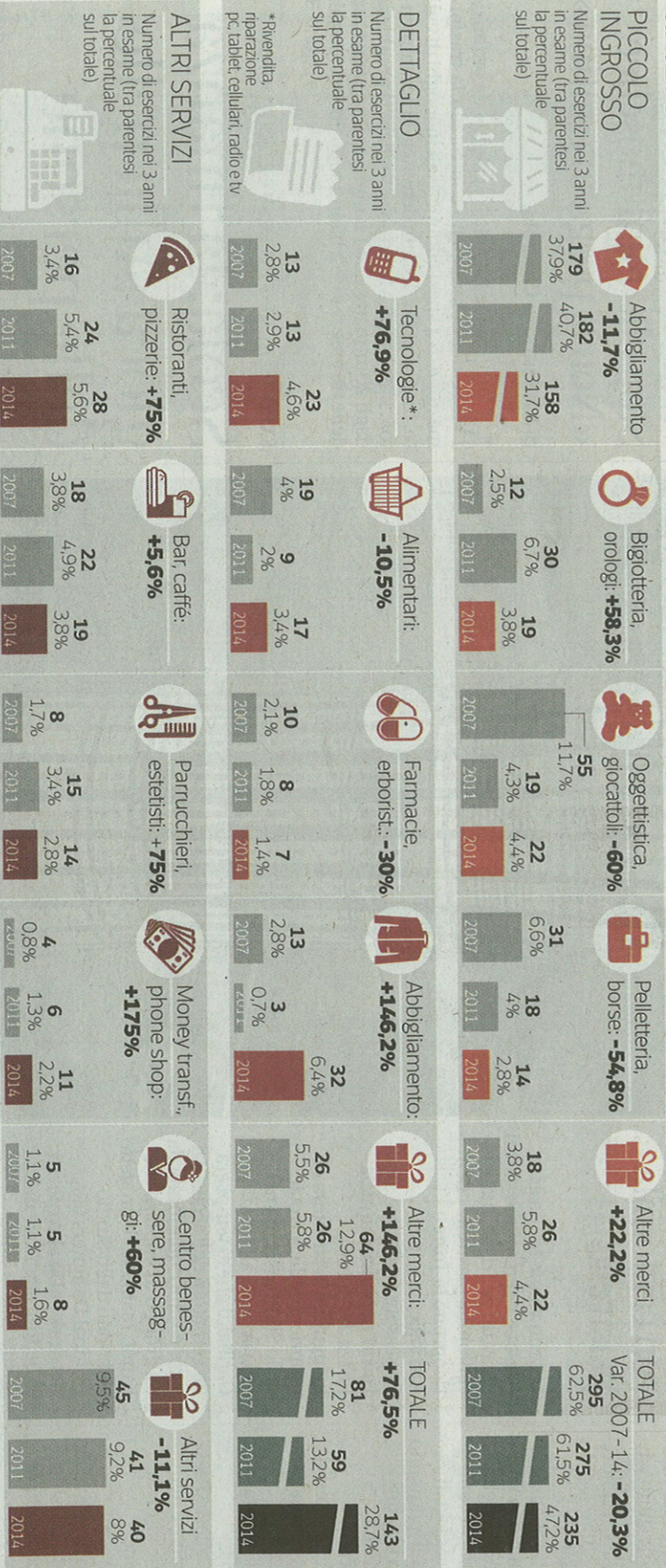
## L'INCHIESTA SU CHINATOWN

# Cambio sfavorevole, crolla l'impero dei grossisti

**Tipologia etnica dei negozi presenti in 20 vie del quartiere Paolo Sarpi. Dati al marzo 2014**



### TIPOLOGIA DEGLI ESERCIZI COMMERCIALI



Fonte: Elaborazione dati a cura dell'Agenczia di ricerca sociale Codi

**Le attività orientali restano maggioranza nel quartiere, ma l'ingrosso cala del 20 per cento rispetto al 2007. Crescono i negozi (hi-tech e bellezza) per i clienti italiani**

di **Alessandra Coppola** e **Marco Del Corona**

questa pagina sintetizza. «Rispetto ad allora possono essersi verificati alcuni piccoli cambiamenti, ma il trend che emerge dalla rilevazione è netto», spiega Daniele Brigodoi, Cologna, ricercatore dell'Insubria di Como e socio fondatore di Codi. Dopo la spartizione dei laboratori manifatturieri consumata all'inizio degli anni Duemila, la nuova metamorfosi accompagna la progressiva «generalizzazione» del quartiere, accelerata dalla pedonalizzazione di via Sarpi, dalla ristrutturazione di diversi edifici e ora anche dalla costruzione di nuovi. Si è poi consolidata la presenza di imprese «minimetiche»: cioè «locali scarsamente connotati da caratteri identitari cinesi — ha scritto il ricercatore Marcello Ferraco nella tesi di master per Ca' Foscari realizzata nel corso di un tirocinio presso Codi — e rivolti ai consumi culinari di una

immigrate (pizzerie, rosticcerie, bar). I gestori sono cinesi che parlano bene l'italiano, non a caso è proprio in questo tipo di attività che si realizzano importanti sinergie tra imprenditori cinesi e italiani». Destinazione della prima immigrazione orientale degli anni Trenta, molto connotato in chiave cinese sul versante commerciale, il quartiere rimane italianissimo quanto a residenti. Lo ricorda lo stesso Brigodoi Cologna in un suo recente intervento su *Orizzonte Cina*, ricordando come i nostri connazionali siano oltre l'80 per cento, mentre i cinesi lambiscono il 7. Quest'apparente paradosso, in un proliferare di insegne in ideogrammi, si spiega con il fatto che il quartiere è un polo lavorativo per cinesi che hanno scelto di vivere altrove. La ricognizione via per via rivela dettagli non così ovvi: che via Sarpi è cinese esattamente per due terzi, che la strada più cinese di

tutte è via Giordano Bruno seguita da Arnolfo di Cambio e Niccolini, che solo via Albertini è tutta italiana e che Bramante — una strada che non in vita al passeggio — resta l'arteria dei grossisti. Chi resiste all'aumento degli affitti commerciali, magari subaffittando parte del proprio magazzino o negozio, vive su altre tipologie di attività. E anche il ruolo delle seconde generazioni, in grado di parlare italiano, aiuta a spiegare il diffondersi di servizi di riparazione, boutique più raffinate, parrucchieri e manucure dalla clientela italiana, «situazioni — aggiunge Brigodoi Cologna — dove la competenza linguistica è essenziale». In questo contesto si muove una clientela composta da dettaglianti del Nord Italia (e anche della Svizzera) che a Chinatown comprano all'ingrosso, milanesi che frequentano il quartiere «a scopi ricreativi», persone che vengono per lo shopping (spesso etnico). Il cambiamento deriva anche dal ruolo sempre più vivace delle seconde generazioni di immigrati, alle quali non sfugge come l'area Balmonti-Sarpi-Canonica ha la collocazione topografica (e forse la vocazione cosmopolita) per saldarsi con la nuova Milano di Porta Nuova. Forse Chinatown sta scoprendo di essere a un divio.

@terrastriera  
 @marcoalcorona  
 RIPRODUZIONE RISERVATA

**L**a Cina troppo forte fa male a Chinatown. Se il quartiere Paolo Sarpi-Canonica sta vivendo l'ennesima trasformazione, con un calo vistoso delle attività all'ingrosso, il motivo determinante sta, infatti, nella valuta di Pechino, agganciata (con una certa elasticità) al dollaro. Il penultimo si è via via rafforzato nei confronti dell'euro, assottigliando i margini di guadagno dei grossisti cinesi in Italia e rendendo spesso insostenibili attività commerciali solide fino a pochi anni fa. Le Olimpiadi del 2008 hanno rappresentato per la Cina uno spartiacque, cominciò con la crisi finanziaria globale: allora un euro valeva oltre 10 renminbi, adesso è scivolato sotto i 7. L'impatto del cambio sfavorevole ha contribuito così a trasformare il paesaggio del quartiere. Meno magazzini e meno grossisti, e chi ha potuto ha virato sul dettaglio o sui servizi, in rapido incremento.

Gli esercizi cinesi restano la maggioranza nel quartiere, quasi il doppio degli italiani. Ma al di là della percezione soggettiva, un'osservazione minuziosa sulle attività commerciali mostra che l'ingrosso resta la principale tipologia, ma dal 2007 al 2014 è calato del 20,3 per cento: da 295 negozi a 235. L'esame più aggiornato sulla situazione è stato da poco completato dall'agenzia di ricerca sociale Codi, che ha fotografato e analizza-

