

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

I ricercatori e gli operatori di Codici sostengono la libera circolazione delle idee e dei prodotti intellettuali, consapevoli che il libero accesso consente la diffusione e l’aumento della conoscenza. Codici autorizza l’utilizzo dei propri testi a scopi non commerciali e con citazione della fonte. Chiediamo di comunicarci l’eventuale impiego dei materiali scaricati. Grazie

Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.

Di Daniele Cologna, Codici sc

Effetti retorici e ricadute concrete della “rivolta di Chinatown”

Nell’aprile 2007 la popolazione cinese di Milano è salita agli onori della cronaca come mai era successo prima – con decine di articoli in prima pagina sui principali quotidiani locali e nazionali, ampi approfondimenti nelle pagine interne, un dibattito massmediatico che ha tenuto banco nella stampa, in televisione e su internet per settimane – in seguito a una contestazione popolare sfociata in manifestazione spontanea e scontri con le autorità di pubblica sicurezza nel cuore del cosiddetto “quartiere cinese” di Milano, il compatto reticolo di vie raccolto attorno a via Paolo Sarpi e circoscritto dalle vie Procaccini, Montello, Ceresio e Canonica, a pochi passi dall’antica Porta Volta.

Rapidamente etichettati dai mass media come “la rivolta di Chinatown”, i disordini scoppiati il 12 aprile in seguito alla protesta di alcuni cittadini cinesi – prevalentemente esercenti attivi nelle vie del quartiere, presto raggiunti da persone cinesi presenti nel quartiere a vario titolo¹ - che avevano assistito al diverbio tra una signora cinese e due vigili. Gli agenti, oltre a comminarle una multa per scarico di merci fuori dall’orario consentito, le avevano intimato il ritiro temporaneo del libretto di circolazione, ed è stato proprio quest’ultima sanzione l’elemento scatenante della disputa.

Nei due mesi precedenti l’intensità dei controlli dei vigili nel quartiere, diretti soprattutto a reprimere le irregolarità nell’attività di carico-scarico dei numerosissimi negozi di commercio all’ingrosso, come pure l’annuncio dell’installazione di alcune telecamere di sorveglianza per “tenere sotto controllo l’illegalità” nel quartiere, avevano suscitato intenso fastidio presso i commercianti cinesi. Questi ultimi si sono sentiti oggetto di un’attenzione selettiva a loro parere ingiustificata e vessatoria: l’atteggiamento dei vigili nell’alterco con la signora cinese è apparso dunque come la proverbiale “goccia che fa traboccare il vaso” e nel corso della giornata la protesta si è estesa fino a provocare l’intervento della polizia, in assetto antisommossa, cui sono seguiti scontri fisici di una certa intensità. Alcuni giovani cinesi presenti nel quartiere – tra cui anche figli di commercianti titolari di attività all’ingrosso – avevano da tempo pensato di organizzare un evento di sensibilizzazione che denunciasse il giro di vite dei

¹ Quel giorno – un giovedì – nel quartiere erano presenti, oltre alcuni cinesi che vi si erano recati per fare acquisti e giovani utenti dei servizi del quartiere (sale giochi, phone shop ed internet point), anche numerose persone intervenute ad un funerale: evento che ha ingrossato il numero dei presenti ben al di là della consueta presenza in un giorno infrasettimanale. La maggior parte dei residenti cinesi di Milano e hinterland di norma convergono nel quartiere per la loro spesa settimanale nei loro giorni liberi, dunque nel fine settimana e il lunedì.

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

controlli sulle attività cinesi e avevano preparato alcuni striscioni in lingua cinese e italiana in vista di un sit-in da realizzarsi presumibilmente di fronte a Palazzo Marino: l’occasione è sembrata propizia per portare tali striscioni in strada ed evitare così che la protesta si esaurisse in un semplice tafferuglio. In quel frangente quegli stessi giovani pensarono di acquistare nei negozi del quartiere (che vendono, tra le altre cose, anche bandiere e magliette delle principali nazionali di calcio) delle bandiere cinesi: l’intento era quello di ribadire che i cinesi si sentivano ingiustamente presi di mira come collettività, un sentimento che si è presto frammisto all’orgoglio nazionale e alla sensazione di non essere più disposti a essere trattati con sufficienza “in quanto cinesi”. La gravità degli scontri ha spinto anche il personale del Consolato Generale della Repubblica Popolare Cinese a intervenire per calmare gli animi, ma il fatto che in quell’occasione alcune bandiere siano state sequestrate e addirittura calpestate² dagli agenti ha causato forte indignazione (ed è prevalentemente a questi eventi che si deve l’attenzione più incisiva del normale dei mass media cinesi e perfino del governo cinese per la vicenda).

Alla protesta sono seguiti intensi tentativi di concertazione tra l’Amministrazione Comunale e un gruppo di persone che ha cercato di farsi portavoce degli interessi dei commercianti all’ingrosso cinesi, essendo le attività all’ingrosso pubblicamente indicate dalle istituzioni locali, dai comitati dei residenti e dai vigili come la fonte delle principali irregolarità nel carico-scarico delle merci e in generale della radicale trasformazione dell’offerta commerciale nel quartiere. I commercianti cinesi dell’ingrosso, dal canto loro, hanno ribadito come le attività da essi rilevate e gestite fossero tutte debitamente registrate, acquistate o prese in affitto in osservanza delle regole vigenti e dunque assolutamente legittime. L’esigenza di creare una sorta di “comitato di rappresentanza” – comitato la cui esistenza è stata data sostanzialmente per scontata dall’Amministrazione Comunale, ma la cui genesi ha invece chiamato in causa un’intensa, delicata e controversa attività di negoziazione e di discussione tra imprenditori per nulla abituati ad agire di comune accordo su questioni di pubblico interesse – ha spinto molti commercianti all’ingrosso a eleggere propri portavoce, senza peraltro riuscire sempre a trovare un accordo stabile in merito a chi dovesse rappresentare chi.

Questi sforzi hanno comunque permesso di avviare una trattativa volta, in sintesi, a esaminare la proposta dell’Amministrazione Comunale di delocalizzare in toto o in buona parte il “polo dell’ingrosso” cinese sorto informalmente in alcune vie del quartiere Sarpi, di avallare in tempi brevi tale proposta relativamente a spazi resi disponibili a tale scopo sui terreni dell’ex-Alfa di Arese e di ottemperare alla richiesta di trasferimento in vista della prossima pedonalizzazione di parte del quartiere. Tale misura è infatti stata prevista dall’Amministrazione Comunale in risposta all’esigenza dei residenti del quartiere (che per oltre il 90% è abitato da italiani) di restituire la zona a migliori condizioni di viabilità e di vivibilità. A otto mesi di distanza dai fatti di aprile le trattative paiono essere giunte a un punto morto: benché la maggioranza dei commercianti cinesi si sia detta disponibile alla delocalizzazione, i terreni proposti non appaiono adatti, né lo è l’ipotesi di un trasferimento senza alcun meccanismo

² Evento peraltro documentato dalle fotografie scattate in quell’occasione dai fotografi presenti e vastamente circolate in rete.

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

compensativo dei costi e dei rischi che gli imprenditori cinesi si sobbarcherebbero per spostare le proprie attività.

Nel corso degli ultimi mesi, gli eventi di Sarpi hanno portato a una gestione retorica e comunicativa della vicenda che ruota attorno ad alcuni punti fermi, ampiamente e quasi ossessivamente ribaditi dalla maggior parte degli organi di comunicazione: la diatriba tra Amministrazione Comunale e commercianti cinesi dell’ingrosso è stata descritta nei termini più ampi di uno scontro tra una “comunità cinese”, (“chiusa” e “autoreferenziale”), poco incline al dialogo e “all’integrazione”, ed istituzioni desiderose di ripristinare ordine e sicurezza (“no alle zone franche”), di combattere l’istituzione di un vero e proprio “quartiere ghetto”, tanto da vedere associati, in alcune trasmissioni di approfondimento televisive, cinesi e rom in qualità di “minoranze scomode”.

La ricerca sul campo ha invece da tempo portato allo scoperto linee di tendenza e trasformazioni di ampio respiro che investono l’intero impianto del modello prevalente di inserimento economico e sociale degli immigrati cinesi così come si era inizialmente formato a cavallo tra gli anni ottanta e novanta. Tali trend sconfessano gli stereotipi prevalenti rispetto alle strategie di integrazione socioeconomica adottate dai cinesi negli ultimi vent’anni e descrivono la realtà dei cinesi d’Italia in termini di diversificazione e stratificazione sociale, economica e culturale crescente.

Oltre lo stereotipo della Chinatown: i diversi modelli di interazione economia-territorio che caratterizzano l’imprenditorialità cinese in Italia.

A partire dagli anni della ripresa dei flussi migratori dalla Repubblica Popolare Cinese (primi anni ottanta) l’accesso al mercato del lavoro italiano dei migranti cinesi si è caratterizzato soprattutto per l’insorgere di due diverse e opposte modalità di distribuzione spaziale:

- una logica “centrifuga” e puntiforme legata alla creazione di ristoranti, trattorie e take-away in una molteplicità di realtà urbane e suburbane, dove alla costituzione dell’impresa seguiva la necessità di trovare alloggio per i propri lavoratori nei pressi dell’attività stessa. L’imperativo di scovare mercati locali “vergini” e di scongiurare la saturazione dell’offerta ha spinto molti imprenditori cinesi (e le famiglie loro e dei loro addetti) a distribuirsi un po’ dappertutto lungo la penisola, senza dare adito a concentrazioni residenziali o funzionali (salvo rare eccezioni, come nel caso di preesistenti concentrazioni dell’offerta di esercizi dediti alla ristorazione);
- una logica “centripeta” e concentrativa funzionale alla creazione di nicchie produttive in seno a economie manifatturiere di distretto, all’interno delle quali le imprese cinesi (anche in questo caso gestite, quantomeno nella fase iniziale, come aziende famigliari) si connettono al contesto produttivo in chiave subalterna, all’estremità più debole e “ricattabile” delle catene di subfornitura: è il caso dei laboratori manifatturieri che operano “in conto terzi” nel settore pellettiero (produzione di borse, cinture ecc.) e tessile (articoli d’abbigliamento, borse in tela, biancheria, tappezzeria ecc.). Fino agli ultimi anni novanta queste

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

imprese erano totalmente in balia delle condizioni (prezzi, tempi di consegna, modalità di reperimento delle commesse) imposte loro dalle imprese italiane attive ai diversi livelli della catena di subappalto e della filiera stessa, mentre negli anni duemila hanno cominciato a “risalire” tale catena fino quasi a controllare, in alcuni selezionati contesti (è soprattutto il caso di Prato), l’intera filiera.

A partire dalla seconda metà degli anni novanta, in ragione della crescente saturazione dei cosiddetti “settori rifugio” (crisi della ristorazione, del pellettiero e del tessile) che erano serviti da principale canale di ingresso nel mercato del lavoro italiano per gli immigrati cinesi degli anni ottanta, il dualismo centrifugo-centripeto ha assunto caratteri diversi e più articolati. Non potendo più venire reclutati con successo all’interno di imprese familiari gestite da familiari ed amici colpite da una rapida e crescente riduzione dei margini di profitto, molti neo-immigrati di quegli anni scelgono di lavorare come venditori ambulanti di articoli made in China o di lavorare alle dipendenze di italiani (o di imprenditori immigrati di altra nazionalità). I primi si ricicleranno presto come piccoli imprenditori, dando vita alle prime trading che importano merci prodotte in Cina per rivenderle all’ingrosso ad altri venditori ambulanti (inizialmente cinesi, ma quasi subito tali imprese attirano l’attenzione degli ambulanti immigrati di altra nazionalità e anche degli italiani attivi nei mercati regionali e locali) o investiranno in nuove tipologie di impresa commerciale al dettaglio, spesso rivolte inizialmente soprattutto al soddisfacimento della domanda di beni e servizi dedicati espressa dai propri connazionali (proliferazione delle cosiddette imprese di “servizio etnico”: minimarket, erboristerie, videonoleggi, fotolaboratori specializzati in servizi fotovideo per i matrimoni cinesi ecc.). I secondi agiranno da pionieri per altri loro connazionali che convoglieranno verso le imprese in cui operano secondo i meccanismi informali di reclutamento della manodopera straniera prevalenti in Italia (il titolare chiede al proprio dipendente cinese di fiducia di trovargli “altri lavoratori come lui”), consolidando l’importanza di alcuni settori (la ristorazione, l’industria leggera, l’edilizia) come poli d’attrazione per la nuova emigrazione cinese. In entrambi i casi questa diversificazione lavorativa può tradursi sia in dinamiche di dispersione che di concentrazione spaziale: per esempio i lavoratori subordinati della ristorazione tendono a essere sparsi sul territorio tanto quanto lo sono le imprese per cui lavorano, mentre gli addetti di particolari comparti dell’industria leggera (per esempio nel settore plastica-gomma-vernici) o di quella estrattiva (si pensi alle cave di pietra di Luserna del Piemonte o di porfido da pavimentazione del Trentino-Alto Adige) si insediano in territori circoscritti a ricalco della concentrazione spaziale delle aziende in cui sono impiegati. Per quanto riguarda gli imprenditori, la concentrazione paga per coloro che si dedicano al commercio all’ingrosso, mentre per i commercianti al dettaglio – tranne che per quelli specializzati nel “commercio (mono)etnico” – conviene distribuirsi sul territorio per raggiungere bacini d’utenza diversificati e subire meno la concorrenza.

Questa evoluzione porta, rispetto allo snodo impresa/territorio a un mix sempre più complesso tra distribuzione e concentrazione e da questo punto di vista il caso milanese rappresenta un interessante paradigma di tendenze che oggi è possibile osservare nel resto del paese. Nel 2006 i residenti cinesi a Milano sono ventiquattro volte tanti quelli originariamente presenti nel 1984, anno in cui la presenza a cinese torna a crescere in

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il "caso Sarpi" e la diversificazione crescente dell'imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell'Orso.

virtù del ripristino delle filiere migratorie. Il quartiere Sarpi, storico "ancoraggio" della prima immigrazione cinese nella metropoli lombarda, raccoglie nel corso degli anni ottanta buona parte delle nuove presenze, perché la maggior parte delle imprese ubicate nel quartiere erano allora laboratori-abitazione di pelletteria a conduzione familiare. Ma negli anni successivi il quartiere stesso subisce un'intensa "gentrificazione": una rivalutazione sul mercato immobiliare conseguente a interventi di ristrutturazione degli stabili e motivato dalla sempre maggiore attrattività che esprime per nuovi residenti appartenenti alla classe media, richiamati dalla sua ampia dotazione di servizi, dalla vicinanza a zone prestigiose del centro (Brera), dalla qualità dell'offerta della sua principale arteria commerciale, polo importante dello shopping di marca, ma conveniente, per la piccola e media borghesia milanese.

Nel corso degli anni novanta gli affitti diventano proibitivi per la maggior parte dei nuovi immigrati cinesi, che non trovano più posto negli angusti e sovraffollati laboratori-abitazione del quartiere e finiscono per distribuirsi nei laboratori tessili (ubicati soprattutto lungo l'asse urbano Milano-Monza e ancorati al distretto economico dell'Asse Sempione, con epicentro a Gallarate), dove il contesto alloggiativo è più permeabile e a prezzi assai più contenuti. Il "quartiere cinese" diventa così sempre meno zona di residenza cinese, mentre le viuzze secondarie attorno a via Paolo Sarpi divengono poli di concentrazione funzionale di esercizi commerciali di "servizio etnico" rivolti soprattutto alla clientela cinese.

TAB. 1 – NAZIONALITÀ DELLE PRINCIPALI COLLETTIVITÀ IMMIGRATE RESIDENTI A MILANO (31.12.2006)

Nazionalità	Femmine	Maschi	Totale	M/F	%F	% sul		Minori*	% Minori
						totale	cum %		
Filippine	15.686	11.882	27.568	0,8	56,9	16,2	16,2	6.230	22,6
Egitto	5.249	16.880	22.129	3,2	23,7	13,0	29,1	5.001	22,6
Perù	8.623	5.565	14.188	0,6	60,8	8,3	37,4	2.412	17,0
Cina	6.631	7.392	14.023	1,1	47,3	8,2	45,7	3.969	28,3
Ecuador	7.425	5.247	12.672	0,7	58,6	7,4	53,1	1.901	15,0

*Stima basata sull'incidenza percentuale dei minori rilevata al 31.12.2004 (ultimo dato disponibile)

Fonte: Ufficio Statistica del Comune di Milano.

TAB. 2 – DISTRIBUZIONE TERRITORIALE DEI RESIDENTI CINESI A MILANO PER ZONA DI DECENTRAMENTO (31.12.2006)

Zona di decentramento		31.12.2006	%	% cum.	31.12.2004	%	% cum.
9	Niguarda-Bicocca-Comasina	3.925	28,0	28,0	3.426	26,2	26,2
8	Fiera-Bovisa-Gallaratese	3.515	25,1	53,1	3.076	23,5	49,6
2	Stazione Centrale-Loreto-Via Padova-Viale Monza	2.657	18,9	72,0	2.522	19,3	68,9
1	Duomo (comprende buona parte del quartiere Sarpi)	809	5,8	77,8	855	6,5	75,4
3	Città Studi-Lambrate	688	4,9	82,7	744	5,7	81,1
7	San Siro-Baggio-Trenno	691	4,9	87,6	738	5,6	86,8
5	Vigentina-Chiaravalle-Gratosoglio	683	4,9	92,5	684	5,2	92,0
4	Vittoria-Forlanini	601	4,3	96,8	585	4,5	96,4
6	Barona-Lorenteggio	454	3,2	100,0	466	3,6	100,0
TOTALE		14.023	100,0		13.095	100,0	

Fonte: Ufficio Statistica del Comune di Milano.

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

Questi negozi richiamano un forte passaggio di *city user* cinesi e fanno del quartiere il luogo ideale di insediamento per le nuove trading che distribuiscono all’ingrosso merci importate dalla Cina agli ambulanti cinesi: il passaparola in grado di convogliare verso tali nuove imprese la possibile clientela cinese è qui in grado di divampare più rapido, tanto che nel giro di pochi anni vie caratterizzate dalla progressiva scomparsa dei negozietti di quartiere italiani (scacciati dalla concorrenza della grande distribuzione particolarmente presente nella zona) come via Bramante, via Niccolini e via Giusti vengono rivitalizzate dall’acquisto o la locazione di attività dismesse da parte dei commercianti dell’ingrosso cinesi. Questi ultimi pagano in contanti (raccolgono i loro capitali tramite prestiti sulla fiducia presso parenti e amici) e soprattutto pagano generosamente, perché nei primi anni duemila divampa una vera e propria “corsa all’oro” tra i commercianti che desiderano accaparrarsi la “posizione chiave” di cui può godere una trading che (almeno inizialmente) vende soprattutto a cinesi nel bel mezzo della zona di Milano che esprime il più forte richiamo proprio per la clientela cinese. La liberalizzazione delle licenze, unitamente a un certo *laissez faire* espresso da parte dell’Amministrazione Comunale, che lascia totalmente alla mano invisibile del mercato le trasformazioni urbane in atto, permette una concentrazione convulsa e senza precedenti di tali attività nel quartiere, tanto che fin dal 1999 cominciano a farsi sentire le proteste dei residenti italiani, travolti dall’improvvisa mutazione del quartiere.

La proliferazione delle attività commerciali nel quartiere è alla base di un equivoco che negli anni successivi non mancherà di sclerotizzarsi, fino a costruire uno stereotipo pressoché indistruttibile: l’aumentata visibilità della presenza cinese nel quartiere, veicolata dall’ubiquità delle insegne e delle vetrine cinesi come pure dall’alto numero di cinesi che vi si recano per fare acquisti o per socializzare associa indissolubilmente al quartiere l’immagine della Chinatown, della “città nella città”, di un piccolo mondo a sé in cui si svolge in toto, senza interazioni con l’esterno e al di fuori delle regole (la “zona franca” denunciate dall’Amministrazione Comunale milanese), la vita di una comunità autoreferenziale ed autoghezzata. Ma la realtà, come mostrano i dati dell’Ufficio Anagrafe comunale, è piuttosto diversa. Degli oltre 14.000 cittadini cinesi iscritti all’Anagrafe milanese nel 2006, meno del 10% vive nel quartiere Sarpi (dove i residenti cinesi non superano il migliaio). Questa zona vede indubbiamente la massima concentrazione di imprese cinesi in città, ma non ne raccoglie certo la totalità. Nelle zone di decentramento cittadino in cui i residenti cinesi sono più presenti non si sono mai rilevati scontri o lagnanze relativi alla loro presenza: a disturbare i residenti italiani del quartiere Sarpi è dunque qualcosa di diverso dallo “scontro tra civiltà”.

È invece la discrasia crescente tra i bisogni e i desideri di una maggioranza di residenti italiani rispetto a quelli di una maggioranza di esercenti e di acquirenti cinesi a rappresentare il vero nodo del contendere: una contesa, questa tra residenti e commercianti/utenti di un quartiere, che rappresenta un problema tipico di tutte le metropoli (si pensi a quanto accade in quartiere caratterizzati da un’intensa presenza di locali notturni, per esempio), ma che nel caso milanese viene ad essere complicata – ed aggravata – dall’elemento etnico, dal fatto di mettere a confronto esponenti di una maggioranza dominante (cittadina a pieno titolo, benestante, culturalmente egemone) e una minoranza svantaggiata (immigrata e “soggiornante”, quindi “cittadina a sovranità limitata”; economicamente subalterna e in parte povera; culturalmente marginalizzata).

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

Questa disparità di condizioni tra le “parti in causa” è risultata particolarmente evidente proprio nel momento in cui si è reso necessario, per i commercianti cinesi, creare meccanismi di rappresentanza, sviluppare pubbliche relazioni e impegnarsi in contrattazioni con l’Amministrazione Comunale: le difficoltà comunicative e il deficit di conoscenza rispetto ai meccanismi della politica locale, del funzionamento delle istituzioni e delle norme che lo regolamentano sono stati fattori che hanno pesato molto sull’efficacia comunicativa e la trasparenza dei processi partecipativi messi in atto. Sintomatica di questo svantaggio strutturale (che colpisce soprattutto gli immigrati di “prima generazione” e di immigrazione relativamente recente, particolarmente numerosi tra i commercianti dell’ingrosso, quasi tutti giunti in Italia nel corso della seconda metà degli anni novanta) è stata per esempio la decisione di eleggere tra i propri portavoce un cittadino italiano di origine cinese, espressione della seconda generazione storica, quella dei figli degli immigrati cinesi di Milano degli anni trenta e quaranta, spesso figli di coppie miste (padre cinese e madre italiana), che non solo è un imprenditore affermato e competente (non, però, nel campo dell’ingrosso), ma soprattutto è di madrelingua italiana.

A un portavoce “inattacabile” di questo genere, ma che parla pochissimo cinese, ne sono stati affiancati altri che sono espressione genuina del polo dell’ingrosso di Sarpi, ma che parlano pochissimo italiano e hanno una comprensione limitata della politica milanese e del funzionamento della macchina amministrativa locale. Benché siano ancora piuttosto rare, a Milano non mancano figure del mondo dell’impresa cinese in grado di agire da intermediari efficaci, perché perfettamente bilingui e dotati di grande dimestichezza sia rispetto al contesto politico-economico italiano che a quello dei cinesi d’Italia. Tuttavia non sempre la loro azione può esplicitarsi al riparo da polemiche e sospetti (figure di questo tipo sono viste spesso con una punta di invidia da parte di coloro che non sono in grado di emularne la versatilità, oppure sono accusate di ingerenze indebite in questioni che non li riguardano di persona, sospettate di essere mosse da un interesse economico privato nella questione, ecc.), né sono necessariamente questi i rappresentanti che la collettività degli imprenditori dell’ingrosso sceglie nel momento in cui mette ai voti la questione.

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il "caso Sarpi" e la diversificazione crescente dell'imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell'Orso.

TAB. 3 – ESERCIZI COMMERCIALI GESTITI DA CITTADINI CINESI NEL QUARTIERE SARPI – ottobre 2007		
TIPOLOGIA DELL'ESERCIZIO COMMERCIALE	Totale esercizi censiti	% sul Totale generale dei servizi censiti
Trading all'ingrosso vestiti	106	22,0
Trading all'ingrosso/dettaglio vestiti	73	15,1
Trading all'ingrosso/dettaglio oggettistica	37	7,7
Trading all'ingrosso/dettaglio borse/pelletteria	31	6,4
Trading all'ingrosso oggettistica	17	3,5
Trading all'ingrosso/dettaglio scarpe	12	2,5
Trading all'ingrosso altro	5	1,0
Trading all'ingrosso/dettaglio giocattoli	1	0,2
Trading all'ingrosso cosmetici e prodotti barbiere	1	0,2
SUBTOTALE COMMERCIO ALL'INGROSSO	283	58,7
Alimentari e minimarket	19	3,9
Telefonia e computer	13	2,7
Negozio al dettaglio di vestiti	13	2,7
Negozio al dettaglio di bigiotteria/accessori	12	2,5
Erboristeria-farmacia	10	2,1
Gioielleria	10	2,1
Parrucchiere-estetista	8	1,7
Negozio al dettaglio di scarpe	7	1,5
Negozio al dettaglio di occhiali e cappelli	2	0,4
Negozio al dettaglio di borse	2	0,4
Negozio al dettaglio di cosmetici	2	0,4
Negozio al dettaglio di macchine da cucire/filati cucirini	2	0,4
Ferramenta-elettrodomestici	2	0,4
Macelleria	2	0,4
Negozio al dettaglio di pelletteria	1	0,2
Pescheria	1	0,2
Ortofrutta	1	0,2
Enoteca	1	0,2
Pasticceria/panetteria	1	0,2
Rivendita di tofu fresco	1	0,2
Arredamento interni casa e negozi	1	0,2
SUBTOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	111	23,0
Bar	18	3,7
Ristorante, trattoria, pizzeria	16	3,3
Internet caffè-internet point	8	1,7
Libreria-giornali-video	7	1,5
Agenzia viaggi	7	1,5
Centro massaggio o benessere	5	1,0
Agenzia traduzioni multiservice	5	1,0
Agenzia immobiliare	4	0,8
Phone shop e money transfer	4	0,8
Sartoria riparazioni	2	0,4
Fotovideo matrimoni	2	0,4
Sede giornale	2	0,4
Rosticceria/take away	2	0,4
Agenzia d'assicurazioni	1	0,2

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il "caso Sarpi" e la diversificazione crescente dell'imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell'Orso.

Agenzia finanziaria	1	0,2
Agenzia pubblicitaria/tipografia	1	0,2
Agenzia matrimoniale	1	0,2
Tintoria	1	0,2
Sala giochi	1	0,2
SUBTOTALE ALTRI SERVIZI	88	18,3
TOTALE GENERALE DEI SERVIZI CENSITI	482	100,0

Fonte: Rilevazione effettuata sul campo dall'Agenzia di ricerca sociale Codici nel mese di ottobre 2007

I fatti di Sarpi dell'aprile scorso hanno attirato l'attenzione sull'espansione incontrollata del polo dell'ingrosso nato nel quartiere, che ha del tutto stravolto la morfologia commerciale della zona finendo perfino per smantellare del tutto il tradizionale polo dello shopping di qualità costituito dalla via Paolo Sarpi stessa: quasi tutti i negozi di marca italiani allineati su quest'arteria commerciale hanno progressivamente ceduto alle lusinghe degli imprenditori dell'ingrosso a caccia di un posto al sole, tanto convinti del valore strategico della collocazione nel quartiere del loro esercizio commerciale da pagare anche il 30% in più del valore di mercato (e in contanti) pur di accaparrarselo.

L'espansione del terziario e la crescente diversificazione commerciale dell'impresa cinese a Milano e in Italia

I dati raccolti sul campo³ nel mese di ottobre 2007 mostrano che il 58,7% delle imprese gestite da imprenditori cinesi nel quartiere Sarpi è costituita da trading che operano all'ingrosso (alcune però non disdegnano di vendere le proprie merci anche al dettaglio se il cliente lo richiede). Si tratta di un dato impressionante, che mette in ombra la funzione tradizionale del quartiere Sarpi per i cinesi di Milano, quella di polo di servizi, luogo di socializzazione e di "domiciliazione simbolica" dell'identità cinese nel contesto lombardo. La maggior parte dei clienti di queste trading non è neppure più cinese: sono italiani, bangladeshi, marocchini e altri venditori ambulanti o dettaglianti di varia nazionalità, giunti perfino da Oltralpe (Francia, Svizzera, Germania).

TIPOLOGIA DELL'ESERCIZIO COMMERCIALE	Totale esercizi censiti	% sul Totale generale dei servizi censiti
Trading all'ingrosso vestiti	106	22,0
Trading all'ingrosso/dettaglio vestiti	73	15,1
Trading all'ingrosso/dettaglio oggettistica	37	7,7
Trading all'ingrosso borse/pelletteria	31	6,4
Alimentari e minimarket	19	3,9
Bar	18	3,7
Trading all'ingrosso oggettistica	17	3,5
Ristorante, trattoria, pizzeria	16	3,3

³ La rilevazione è stata realizzata per mezzo di meticolosi sopralluoghi sul campo dal Dott. Alberto Demarchi, collaboratore dell'Agenzia Codici nell'ambito del tirocinio previsto dal Master di II Livello "Servizi per immigrati" organizzato dalla Facoltà di Lingue e Letterature Straniere dell'Università degli Studi di Torino.

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

Negozio al dettaglio di vestiti	13	2,7
Telefonia e computer	13	2,7
Trading all'ingrosso/dettaglio scarpe	12	2,5
Negozio al dettaglio di bigiotteria/accessori	12	2,5
Gioielleria	10	2,1
Erboristeria-farmacia	10	2,1
Parrucchiere-estetista	8	1,7
Internet caffè-internet point	8	1,7
Negozio al dettaglio di scarpe	7	1,5
Libreria-giornali-video	7	1,5
Agenzia viaggi	7	1,5
Agenzia traduzioni multiservice	5	1,0
Centro massaggio o benessere	5	1,0

Fonte: Rilevazione effettuata sul campo dall’Agenzia di ricerca sociale Codici nel mese di ottobre 2007.

L’elevatissima concentrazione di queste imprese in un quartiere centrale, caratterizzato da spazi angusti e da condizioni di viabilità congestionate e inadeguate ad attività di carico-scarico di grandi quantità di merci crea problemi non soltanto ai residenti italiani del quartiere, ma anche agli imprenditori cinesi stessi, tormentati da una concorrenza aggressiva che spinge costantemente al ribasso i margini di profitto delle proprie attività ed esasperati dall’intensità dei controlli, dalle contravvenzioni e dalle multe che fioccano in conseguenza delle limitazioni d’orario d’esercizio del carico-scarico, delle limitate possibilità di sosta per i furgoni, della difficoltà di allestire magazzini e spazi espositivi a norma. Neutralizzata – per ora – la possibilità di una delocalizzazione in un contesto decentrato più adatto ad essere sviluppato come piattaforma logistica per la grande distribuzione delle merci importate dalla Cina, sono sempre più numerosi gli imprenditori cinesi dell’ingrosso che scelgono di riconvertire la propria attività in un esercizio commerciale al dettaglio o che la trasferiscono altrove (molti commercianti all’ingrosso milanesi si stanno infatti “delocalizzando” da soli, trasferendosi per esempio nel contesto pratese, dove sta sorgendo un nuovo polo dell’ingrosso cinese). Occorre infine tenere presente che nel 2006, secondo gli ultimi dati della Camera di Commercio disponibili, le imprese individuali con titolare cinese attive in provincia di Milano erano 2.822, ma che solo il 18% circa di tali imprese si concentra nel quartiere Sarpi, mentre la stragrande maggioranza risulta distribuita nel resto della città e nell’hinterland, dove le attività all’ingrosso cinesi sono rare.

Uno studio più attento dei dati raccolti suggerisce che nel quartiere, come pure nella regione urbana milanese, sono in atto anche altri processi di evoluzione dell’offerta commerciale cinese, che in prospettiva sono forse più importanti della nascita di un nuovo polo dell’ingrosso alimentato dalle importazioni cinesi. Il 41,3% delle imprese cinesi del quartiere infatti è costituita da attività del terziario, prevalentemente esercizi commerciali al dettaglio (23%) e altre attività di servizi (18,3%) che mostrano una diversificazione d’offerta di beni e servizi crescente, tesa a rafforzare, da un lato, la valenza del quartiere come polo di servizi dedicato al soddisfacimento di una clientela prevalentemente cinese, ma che dall’altro invece si apre a una clientela “generalista” multietnica. Ma forse il dato più rilevante è l’assenza di attività manifatturiere, fino al 1997 del tutto prevalenti nel quartiere (essenzialmente laboratori di pelletteria e di

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il “caso Sarpi” e la diversificazione crescente dell’imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., “Il caso Sarpi e la diversificazione dell’imprenditoria cinese”, in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell’Orso.

fabbricazione di borse in pelle e tela) e la scarsa rilevanza della ristorazione (ca. il 7%): una testimonianza eclatante di quanto queste tradizionali nicchie economiche tanto rilevanti per l’imprenditorialità cinese negli anni ottanta e novanta abbiano oggi esaurito la loro funzione. Questo netto spostamento dalla manifattura ai servizi riflette un trend riscontrabile anche a livello nazionale: secondo i dati Unioncamere relativi al 2005 il 56% delle imprese individuali con titolare cinese è attiva nei servizi. A livello nazionale l’importanza della manifattura per l’imprenditoria cinese resta notevole (ca. il 43% delle imprese), ma tende a gravitare attorno a distretti industriali decentrati (soprattutto quelli del tessile – a Prato, Reggio Emilia, Napoli – ma anche in quelli delle calzature, del legno, degli occhiali).

Nei contesti metropolitani e nei principali centri urbani della penisola, invece, le imprese cinesi sono soprattutto imprese del terziario e possono essere ricondotte alle seguenti cinque categorie tipologiche:

1. imprese che offrono beni e servizi di carattere “etnico”, ossia diretti soprattutto a una clientela costituita da propri connazionali;
2. attività commerciali all’ingrosso (in cinese *pifadian*) che smerciano prodotti importati dalla Cina presso una clientela sempre più multietnica;
3. imprese “esotiche”, ovvero ristoranti e negozi che offrono prodotti cinesi, asiatici o africani a una clientela etnicamente diversificata, rispetto alla quale un ruolo chiave lo giocano avventori immigrati di varia nazionalità;
4. servizi di prossimità (i classici “negoziotti di quartiere”) che sostituiscono una precedente gestione italiana senza alterare la morfologia dell’attività (queste imprese possono essere definite “mimetiche” per la cura con cui si tende a perpetuare le caratteristiche originarie del servizio offerto), la cui clientela è costituita dai residenti dell’area in cui è attiva l’impresa;
5. boutique e negozi al dettaglio di qualità che tentano di soppiantare le imprese di marca italiane rilevate proponendo articoli made in China di qualità superiore (è il caso, ad esempio, dei negozi che vendono computer, cellulari, smartphone e schede grafiche di buona qualità a prezzi ultra-competitivi).

L’espansione del terziario cinese non costituisce un problema di per sé: lo diventa se una cattiva gestione degli spazi urbani consente concentrazioni abnormi di una sola tipologia d’esercizio commerciale in contesti logisticamente e socialmente poco adatti. Badare al mantenimento di un opportuno mix nell’offerta di beni e servizi all’interno di un quartiere residenziale dovrebbe del resto essere un obiettivo di ordinaria amministrazione per qualunque istituzione locale con competenze di governo del territorio. Se da un lato il ruolo crescente delle importazioni cinesi per il commercio italiano ed europeo chiamano inevitabilmente in causa la costituzione di nuove piattaforme logistiche per la distribuzione di tali imponenti flussi di merci e dunque uno sviluppo delle attività all’ingrosso (che peraltro potrebbero – dovrebbero? – vedere protagonisti non soltanto gli imprenditori cinesi), dall’altro la crescente maturità del fenomeno migratorio cinese in Italia comporta la fioritura di una diversificazione imprenditoriale che è espressione sia della crescente stratificazione socioeconomica e culturale di questa popolazione immigrata, sia della sua sempre maggiore capacità di

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il "caso Sarpi" e la diversificazione crescente dell'imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell'Orso.

intercettare le trasformazioni del mercato del lavoro e della struttura produttiva nei contesti territoriali in cui essa vive e lavora.

Bibliografia

- Benton G., Pieke F.N. (a cura di)
1998 *The Chinese in Europe*, London, Macmillan.
- Campani G., Carchedi F., Tassinari A.(a cura di)
1997 *L'immigrazione silenziosa. Le comunità cinesi in Italia*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.
- Ceccagno A.
1998 *Cinesi d'Italia*, Milano, Manifestolibri.
2003a *Migranti a Prato. Il distretto tessile multietnico*, Milano, Franco Angeli.
2003b "Les nouveaux migrants chinois en Italie: installations productives entre ethnicité et mondialisation", in *Migrations Société*, Vol. 15, N. 89.
2003c "New Chinese Migrants in Italy", in *International Migration*, Vol 41, N. 3, pp. 187-214.
2004 *Giovani migranti cinesi. La seconda generazione a Prato*, Milano, Franco Angeli, 2004.
- Cologna D.
2000 "L'inserimento degli immigrati cinesi nella società milanese", in Palidda S. (a cura di), *Socialità e inserimento degli immigrati a Milano. Una ricerca per il Comune di Milano*, Milano, Franco Angeli.
2002 *Bambini e famiglie cinesi a Milano. Materiali per la formazione degli insegnanti del materno infantile e della scuola dell'obbligo*, Milano, Franco Angeli.
La Cina sotto casa. Convivenza e conflitti tra cinesi e italiani in due quartieri di Milano, Milano, Franco Angeli.
2003 *Asia a Milano. Famiglie, ambienti e lavori delle popolazioni asiatiche a Milano*, Milano, Abitare Segesta.
2004 "La comunità cinese di Milano", in *Mondo cinese*, n. 117, pp. 39-52.
- Cologna D. e Mauri L.
2004 "Oltre l'ethnic business. Nuovi scenari di integrazione nell'area milanese", in *La Rivista delle Politiche Sociali - Italian Journal of Social Policy*, n. 3/2004, pp. 341-363.
- Colombo M., Marcetti C., Omodeo M., Solimano N.
1995 *Wenzhou-Firenze. Identità, imprese e modalità di insediamento dei cinesi in Toscana*, Firenze, Angelo Pontecorboli Editore.
- Colombo M., Marcetti C., Omodeo M., Solimano N.
1995 *Wenzhou-Firenze. Identità, imprese e modalità di insediamento dei cinesi in Toscana*, Firenze, Angelo Pontecorboli Editore.
- Colombi M. et al. (a cura di)
2003 *L'imprenditoria cinese nel distretto industriale di Prato*, Firenze, Olschki Editore.
- Guillon M., Taboada Leonetti I.
1986 *Le Triangle de Choisy. Un quartier chinois a Paris*, Paris, CIEMI-L'Harmattan.
- Kwong P.
1996 *The New Chinatown*, New York, Hill and Wang.
1997 *Forbidden Workers. Illegal Chinese Immigrants and American Labor*, New York, The New Press.
- Lin J.
1998 *Reconstructing Chinatown. Ethnic Enclave, Global Change*, Minneapolis, University of Minnesota.
- Massey D.S., Arango J., Hugo G., Kouaouci A., Pellegrino A., Taylor J.E.
1998 *Worlds in Motion. Understanding International Migration at the End of the Millennium*, Oxford, Clarendon Press.
- Nyíri P.
1999 *New Chinese Migrants in Europe. The Case of the Chinese Community in Hungary*, London, Macmillan, pp. 350-379.

Autore:	Daniele Cologna
Titolo originale:	Il "caso Sarpi" e la diversificazione crescente dell'imprenditoria cinese in Italia.
Anno di pubblicazione:	2008
Citazione bibliografica:	Cologna D., "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in Cima R.; Dancelli M.; Parisi, T. e Rinaldi G, 2008, <i>Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà</i> , Torino, Edizioni dell'Orso.

- Pairault T.
1995 *L'intégration silencieuse. La petite entreprise chinoise en France*, Paris, L'Harmattan.
- Pan L.
1990 *Sons of the Yellow Emperor. A History of the Chinese Diaspora*, New York, Kodansha International.
- Pan L. (ed.)
1998 *The Encyclopedia of the Chinese Overseas*, Singapore, The Chinese Heritage Centre, Archipelago Press, Landmark Books.
- Portes A.
1995 *The Economic Sociology of Immigration. Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, New York, Russel Sage Foundation.
- Sassen S.
1991 *The Global City. New York, London, Tokyo*, Princeton, Princeton University Press.
1994 *Cities in a World Economy*, Thousand Oaks, Pine Forge/Sage Press.
- Trolliet P.
1994 *La diaspora chinoise*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Zhou M.
1992 *Chinatown. The Socioeconomic Potential of an Urban Enclave*, Philadelphia, Temple University Press.