

Il boom delle imprese cinesi in città sono cinquecento

MARCELLO RADIGHIERI

NATI e cresciuti in città, tra chi ha frequentato l'Aldini Valeriani e chi ha studiato al Copernico. Italiano fluente, in alcuni casi si coglie addirittura una certa cadenza emiliana. A indicarne le origini, a parte i tratti somatici, solo i cognomi.

Sono la seconda, a volte terza, generazione della comunità cinese. E, soprattutto, sono quel piccolo esercito di camerieri, commessi, impiegati, parrucchieri e tabaccai che rappresenta la forza lavoro di un nuovo tessuto imprenditoriale più che mai vivo, se si considera che nel 2015 il numero di aziende individuali cinesi in città ha superato per la prima volta quota 500. Una crescita corposa, visto che appena una decina di anni fa erano poco più di 300. Del resto quella cinese è la nazionalità straniera più rap-

presentata nel mondo delle imprese. Che sono molte, soprattutto se paragonate al numero totale dei residenti (poco più di 3.300).

Allargando lo sguardo alla città metropolitana, poi, il numero di imprese individuali quasi raddoppia, arrivando a 912. Parliamo di aziende che producono soprattutto articoli di abbigliamento (circa 260). Ma sono largamente rappresentate anche le categorie del commercio al dettaglio (191) e dei servizi alla persona (99). Il boom degli ultimi anni, però, si concentra in particolare sulle attività di ristorazione: locali, tavole calde, wok. Poco meno di duecento quelle contate dalla Camera di Commercio, e non c'è dubbio che rappresentino il fenomeno del momento. «Bar e tabacchi vanno per la maggiore - conferma anche Sun Wen-Long, membro di Associna Emilia Romagna -. Con la crisi molti si sono spostati in questo settore, perché c'è un giro di liquidità quotidiano. Certo, non si

mette da parte una fortuna, ma il lavoro poggia su basi solide».

Anche se niente è immediato: «All'inizio abbiamo avuto qualche difficoltà - ammette Gianni Guan, ventiduenne che lavora nel bar dei genitori, in via San Felice - perché i clienti erano un po' diffidenti. Pian piano, però, abbiamo conquistato la loro fiducia».

Il segreto? Wen-Long non ha dubbi: «La conduzione familiare delle attività. Quando si guadagna un po' di meno tutti ne sono consapevoli e, semplicemente, si tira la cinghia». E poi anche il duro lavoro, con orari di apertura dilatati il più possibile: «Siamo sempre aperti, domeniche e festivi compresi. Chiudiamo solo a ferragosto e per il primo di gennaio - spiega Guan -. Per portare avanti un'attività ci devi stare dietro». Insomma, tutto l'opposto degli italiani che, aggiunge Wen-Long, «si lamentano» e «cercano sempre il posto fisso». In molte tabaccherie entra in gioco anche l'aiutino delle slot ma-

chine. Che però, assicura, moriranno presto, «perché con la nuova finanziaria 2016 hanno aumentato le tasse».

Non tutto, comunque, si esaurisce a caffè e sigarette. Qua e là, infatti, nascono fenomeni «a spot», come li definisce il referente di Associna, cresciuto a Bologna e trasferitosi da pochissimo a Milano. Settori per cui parlare di «boom» sarebbe esagerato, ma che registrano comunque un certo interessamento da parte della comunità. È così che negli ultimi anni sono sorti negozi dedicati all'igiene intima, casalinghi, parrucchieri. «Il cinese è un ottimo imprenditore. Quando vede che c'è richiesta di un prodotto», molto banalmente, «apre un'attività».

ISACRIFICI

Siamo sempre aperti, domeniche e festivi compresi. Per portare avanti un'attività ti devi sacrificare

Prima era l'abbigliamento, ora crescono bar e ristoranti «anche se si guadagna meno»



Un bar gestito da una famiglia cinese



Peso: 30%