



Osservatorio
Sociale Regionale

Regione Toscana



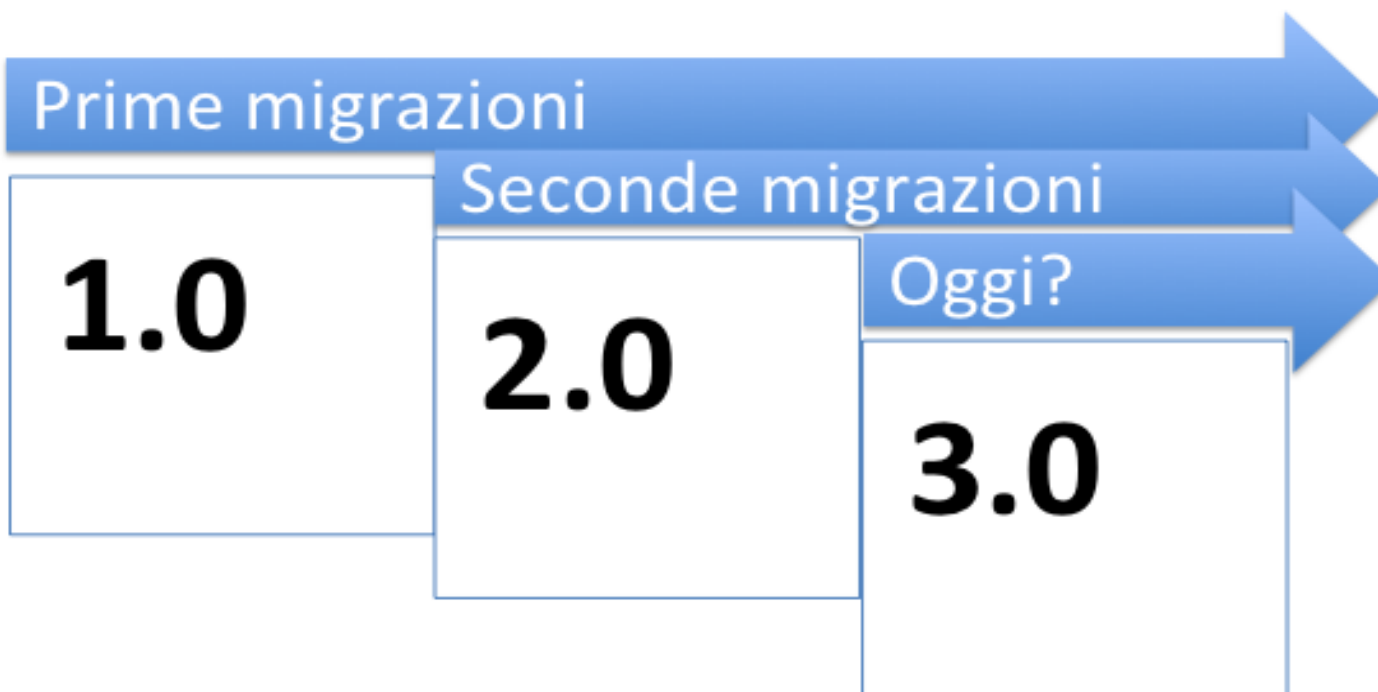
Vendere e comprare

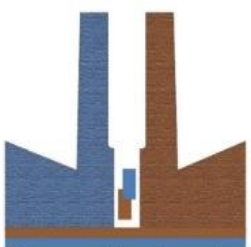
Processi di mobilità sociale dei cinesi a Prato

Fabio Berti, Valentina Pedone, Andrea Valzania



UNIVERSITÀ
DI SIENA 1240





Marx, Weber e i cinesi di Prato: la mobilità sociale tra classi e ceti

“Vivevo in fabbrica, era terribile. Anche il lavoro era terribile. Lavoravo oltre dieci ore al giorno... Ora con questo lavoro, anche se guadagno meno non mi sento inferiore a nessuno”

(Titolare negozio di abbigliamento)

“La mia vita è un po’ migliore di prima: ho aperto il bar, sono autonomo, è meglio...All’inizio lavoravamo per altri, mangiavamo e dormivamo in fabbrica...

Adesso anche se la casa è piccola, è comunque casa nostra. Appena finito di lavorare possiamo tornarcene a casa”

(Titolare bar)

“Direi che noi siamo a metà. Il livello più basso sono gli operai di fabbrica, il più alto sono le grandi aziende, l’import export, il pronto moda, a metà ci siamo noi con le agenzie di servizi, i negozi, i ristoranti..”
(Titolare agenzia servizi)

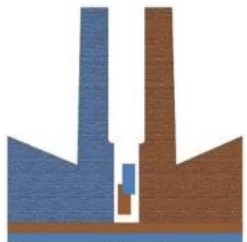
Yiwu International Trade City



Si estende su quattro milioni di metri quadrati che contengono complessivamente circa 80.000 attività commerciali all'ingrosso per 30.000.000 di prodotti.

Il market è aperto 365 giorni all'anno, dalle 8 del mattino alle 17 del pomeriggio, ed è visitato da oltre 200.000 persone al giorno provenienti letteralmente da tutto il mondo.

Nel 2012 ha registrato un giro di affari di 8.000.000.000 di dollari



Progetto Prato



Il tipico negozio di Yiwu



Addio Italia?

“Ora i cinesi stanno tornando in Cina. Quelli che volevano venire dalla Cina sono già venuti 10 anni fa, gli altri hanno sentito che in Italia c’è crisi e non sono venuti più”

(Titolare ristorante)

“Fino a qualche anno fa si pensava all’Europa come ad una specie di paradiso, la gente riponeva molte speranze nel viaggio. Adesso si conosce la situazione molto meglio e c’è molto meno entusiasmo”

(Titolare negozio filati)



Il posto giusto nel momento sbagliato

“Oggi la Cina si è sviluppata moltissimo, quando i migranti tornano in patria vengono presi in giro, dove lo trovi oggi un migrante veramente ricco?”

(Titolare negozio telefonia)

“Dicono che sui giornali hanno letto come ce la passiamo male noi all'estero, che persino gli spazzini in Cina lavorano meno di noi! Chiunque è più libero e ricco!”

(Titolare negozio abbigliamento)



Il posto giusto nel momento sbagliato

“Quando torniamo [in Cina] e ci paragoniamo agli altri a volte ci sentiamo amareggiati, non ce la sentiamo neanche di alzare lo sguardo, perché ci guardano dall’alto in basso, è così..”

(Titolare erboristeria)



Segnali di diversificazione economica

“Alcuni ci invidiano, alcuni pensano che siamo ammirevoli per gli sforzi che abbiamo fatto, alcuni sono gelosi perché abbiamo cominciato da operai ma poi siamo riusciti a farci una nostra attività... i ricconi invece neanche ci vedono”
(Titolare negozio abbigliamento)

Verso un nuovo profilo valoriale

“Il lavoro qui [in fabbrica] era durissimo, si lavorava fino a non potercisi muovere più. Volevo fare qualcosa di più comodo, insieme alla mia famiglia”

(Titolare negozio alimentari)

“La miglior cosa è riuscire ad avere qualcosa di proprio e non tanto per il guadagno, che può essere anche modesto, ma per potersi organizzare il proprio lavoro e tempo da soli...”

(Titolare negozio filati)

Verso un nuovo profilo valoriale

“...io oggi preferirei fare la dipendente. Non si hanno preoccupazioni, se c'è da fare si lavora, altrimenti ci si riposa. ...

Al tempo non me ne ero resa conto, non avevo riflettuto su tutto ciò..”

(Titolare ristorante)

Gli ambiti indagati

Consumi quotidiani

Consumi di lusso

Consumi di loisir



“Consumo, dunque sono”

Un nuovo soggetto sociale del territorio pratese: i consumatori cinesi



L'importanza del consumatore cinese

“Rilevando le vendite mensili che può fare un cliente non cinese sugli alimentari, si ‘misura’ quanto il cinese incide su un alimento in particolare o su un segmento alimentare: nel complesso il 5% ...

Sui liquidi incide addirittura siamo oltre il 10%..
sull'igiene persona si va quasi al 7%...sulle carni rosse lo stesso, siamo sopra il 5%...sul pesce siamo al 7%
quindi sono dei pesi abbastanza importanti ...”

(Direttore *superstore*)



Tanti bambini, tanto consumo

“..ci sono delle categorie che spiccano di più (...):
il [settore] infanzia è oltre il 25% ... questo lo
ritrovi anche sui preparati per prima colazione
che passa al 22%, poi, comunque sia, ci sono
categorie molto alte come merendine,
cioccolate, caramelle..

Poi, se vai nel mondo dell'igiene persona ritrovi
sempre la famiglia e quindi i bimbi...ritrovi i
prodotti per l'infanzia che sono oltre il 14%”
(Direttore *superstore*)

Il cibo: alcune curiosità

“Anguille... ah, (...) questo è un altro articolo acquistatissimo.. è una cosa impressionante!

Le anguille sono un articolo che te ordini quasi esclusivamente per loro, me lo disse anche il caporeparto: ‘io le ordino per loro le anguille!’
Ai nostri [*clienti italiani, ndr*] si vendono sotto Natale ma poca roba..”

(Direttore *superstore*)

Il cibo: alcune curiosità

“Loro tendenzialmente comprano molto pesce.
Le teste... cose che noi non utilizziamo più.. per
fare il brodo (...) teste del salmone ...

C'è un recupero... perché noi nella nostra
tradizione... o almeno c'era qualche anziano che ti
chiedeva per fare il brodo di pesce, però era raro
insomma. Che usa la testa poi... i vecchi pescatori
t'insegnano che nel brodo di pesce la testa dà
sapore, no?”

(Direttore supermercato)

Niente riso, siamo cinesi

“Allora, per assurdo, il riso ai cinesi non lo vendi. Ma zero, eh! Non da dire lo vendi un po’... nulla! [*Avete provato anche a mettere tipi di riso più “orientali”, più comuni in Asia, per incontrare più il gusto loro?*] Sì, ce l’abbiamo, ce l’abbiamo. Non c’è verso, non lo vendi. Anche il tè oppure gli infusi: zero!”

(Direttore *superstore*)

Alla continua ricerca di offerte

“Se c’era il *Pantene* in offerta, specialmente i formati quadri-pack, tri-pack, ne compravano a carrellate [...]. Quando c’era il *Pantene* dicevo: “prendiamolo perché poi arrivano i cinesi ce li portano via tutti”, che poi arrivavano, passavano loro e non c’era più nulla..”

“Nell’ultima offerta che c’è stata sul *Palmolive* noi quest’anno abbiamo seccato il magazzino e ci hanno chiamato subito: “Oh, ma che è successo? Come mai avete preso tutti questi pancali?” [...]

(Direttore supermercato)

Lo sconto, innanzitutto

“Il 60-70% delle volte tornano, poi c’è un 30% che non son più tornati. Dopo venti minuti canonici [tornano] e ci riprovano (...) cioè, questo è il metodo estremo.

Il metodo classico è di trattare dentro [il negozio] fino a che... (...) al di là del prezzo, c’è il fatto di avere loro l’ultima parola: possono essere dieci euro ma se non hanno loro l’ultima parola...”

(Titolare gioielleria)

Marche, loghi e status

“Vogliono tutto ciò che è di moda...

I lanci dei prodotti nuovi attira moltissimi clienti cinesi... abbiamo fatto la nottata per l'uscita dell'Ipad3 e i clienti erano per la maggior parte cinesi (...). A mezzanotte e un minuto abbiamo iniziato a venderli e loro sono rimasti lì ad aspettare la mezzanotte insieme a noi... c'erano anche italiani ma la maggior parte erano cinesi che volevano la novità del momento”

(Direttore negozio di elettronica)

Il solito tavolo, per favore

“Questo è un ristorante storico di Prato.

I primi cinesi sono arrivati accompagnati da italiani con cui lavoravano e poi il passaparola e la reputazione che ci siamo fatti su Prato e fuori Prato è stata fondamentale per attirare nuovi clienti cinesi e ora, anche per loro, il locale è diventato un punto di riferimento..”

(Titolare ristorante lusso)

Non solo Macrolotto “0”

Nuovi arrivi e mobilità all'interno del territorio comunale dei cinesi hanno interessato soprattutto la Circoscrizione Sud, che fa segnare l'incremento percentuale più elevato rispetto al 2003 (+249%) e la seconda variazione più elevata in termini assoluti (+2.209 unità) dopo la Circoscrizione Centro

Il feng shui

“Guardavano la piantina della casa, la giravano, la scrutavano; anzi, c’erano alcune persone, quelle magari più pignole, più superstiziose o più religiose, che mandavano addirittura la piantina in Cina. Probabilmente la mandavano a qualche esperto di queste cose...

E questo incideva molto sulla vendita, nel senso, ti permetteva di vendere o no la casa. Poteva essere la casa più bella della loro vita ma se non aveva la giusta disposizione non te la compravano..”

(Agente immobiliare)

Per non concludere...

Trasformazioni in atto e segnali di ceto

Quali politiche?