

Livio Zanini (2018)  
Non solo involtini primavera. Dinamiche dell'imprenditoria cinese nel settore della ristorazione.  
In:  
Cinèsi tra le maglie del lavoro.  
POLITICHE DEL LAVORO,  
pp. 145-178  
Franco Angeli  
ISBN: 9788891771162  
ISSN: 1970-6030

# NON SOLO INVOLTINI PRIMAVERA. DINAMICHE DELL'IMPRENDITORIA CINESE NEL SETTORE DELLA RISTORAZIONE IN VENETO

*di Livio Zanini*

## **1. Introduzione**

L'alta percentuale di soggetti che svolgono attività lavorative autonome costituisce uno dei tratti caratterizzanti delle comunità di immigrati cinesi. La ristorazione ha rappresentato uno degli ambiti imprenditoriali più ambiti dai cinesi stabilitisi in Italia, seppure in misura minore rispetto ad altri paesi europei (Watson 1977, Redi 1997; Ceccagno 2003; Davino 2013).

Nel Veneto, i ristoranti cinesi sono stati i primi locali di cucina "esotica" aperti da immigrati extra europei, nonché, per lungo tempo, quelli numericamente più importanti. Grazie alla presenza di questi esercizi, negli ultimi decenni del secolo scorso molti italiani hanno avuto occasione di avvicinarsi per la prima volta a una cucina nuova, con abbinamenti e sapori molto diversi da quelli della tradizione culinaria italiana ed europea. In questa regione, inoltre, già da diversi anni l'imprenditoria cinese ha iniziato a varcare i confini della propria cucina "etnica", espandendosi e occupando altri rami e nicchie del settore della ristorazione.

Nel presente studio si prendono in esame le dinamiche delle diverse tipologie di esercizi di ristorazione aperti e gestiti da imprenditori cinesi nella regione Veneto. Il novero di questi locali comprende sia ristoranti cinesi, sia locali con altri tipi di cucine, indipendentemente dalla nazionalità della clientela alla quale si rivolgono in modo prevalente, e da quella dei dipendenti e dei fornitori. Per tale motivo, l'aggettivo "cinese" riferito alle imprese in oggetto, indica l'origine dei titolari e non connota in termini et-

nici le loro attività commerciali.<sup>1</sup> In questo contesto, l'aggettivo "cinese" non è riconducibile a una semplice indicazione di origine geografica o nazionale degli imprenditori, in quanto non si fa riferimento in modo esclusivo alle persone immigrate dalla Repubblica Popolare Cinese, ma è esteso anche ai cinesi immigrati da Hong Kong, Taiwan e da altri paesi, così come ai cinesi di seconda generazione nati e cresciuti in Italia. L'identità "cinese", nella quale si riconoscono trasversalmente i soggetti che compongono questo universo di background migratori e familiari, appare fondarsi su una sua connotazione etnica e culturale. Il significato stesso dell'aggettivo "cinese" di fatto non è fisso e predeterminato, ma è soggetto a continue rinegoziazioni e riarticolazioni sia dentro che fuori dalla Cina (Ang 1993).

Nell'analisi delle imprese cinesi così definite, si è cercato di contestualizzare le informazioni raccolte adottando alcuni approcci metodologici della letteratura sull'imprenditoria straniera e sulla ristorazione. Le scelte d'investimento e insediamento di questi esercizi commerciali possono essere interpretate in termini di *mixed embeddedness* (Kloosterman et al. 1999), ovvero sull'interazione tra le risorse imprenditoriali individuali e co-etniche con la struttura di opportunità e il contesto istituzionale, già adottato in diversi studi sulla ristorazione e su altri settori dell'imprenditoria cinese (Leung 2002; Cologna 2003; Cain e Spoonley 2013), e di *economic emplacement* (Schiller e Caglar 2013), che considera le relazioni tra le scelte di insediamento degli immigrati e le specificità di determinati contesti geografici (Ceccagno 2014). Per quanto concerne le diverse caratterizzazioni dei locali e dell'offerta gastronomica si è fatto riferimento al concetto di *ethnic authenticity* (Lu e Fine 1995), che illustra l'interrelazione tra identità etnica e adattamento al mercato.

## 2. Metodologia della ricerca

Il presente studio si basa su dati di tipo eminentemente qualitativo, raccolti attraverso una ricerca sul campo condotta da aprile a giugno 2015.

1. Il focus sull'etnicità che ha caratterizzato i primi studi sulle attività degli imprenditori con background migratorio è stato messo in discussione per l'inconsistenza dell'uso dell'etichetta "etnico" e per il suo porre in secondo piano i rapporti sociali ed economici che attraversano le differenze e i confini culturali (Pieterse 2003). Secondo alcuni ricercatori (Ambrosini 2001) un'impresa viene definita etnica in tre casi: 1) il titolare e i dipendenti sono connazionali (impresa etnica rispetto al lavoro); 2) l'impresa produce o vende beni e servizi che fanno riferimento alle origini dell'imprenditore (impresa etnica rispetto al prodotto); 3) la clientela è composta da immigrati che condividono con l'imprenditore le origini (impresa etnica rispetto al mercato). In base a una tale definizione il termine "etnico" risulterebbe inapplicabile per un esercizio di un imprenditore cinese dove, a parte il titolare, tutti i dipendenti, il tipo di cucina e la principale clientela non sono cinesi.

Oggetto principale dell'indagine sono state le testimonianze di imprenditori cinesi che gestiscono esercizi di ristorazione in Veneto e di loro familiari. Nella scelta degli intervistati si è proceduto innanzitutto con la divisione degli esercizi gestiti da imprenditori cinesi presenti in Veneto in base alla loro offerta gastronomica, individuando inizialmente le seguenti tipologie di locale:

- ristorante cinese,
- rosticceria cinese,
- ristorante giapponese,
- ristorante italiano,
- sushi-wok (ristorante self-service con cucina orientale e multi-etnica).

Nel corso dell'indagine è emerso che i confini tra le categorie di questa classificazione – usata con finalità euristiche per individuare i casi da analizzare – sono abbastanza sfocati e che molti locali presentano diversi gradi di ibridazione tra le tipologie di cucine e le modalità di servizio sopra indicate.

Nella scelta dei locali si è cercato di coprire per quanto possibile diverse province della Regione e individuare casi specifici di *emplacement* delle imprese cinesi nelle diverse aree. Inoltre si è cercato di inserire nel campione i locali di più vecchia data, grazie ai quali si è potuto ricostruire parte della storia della ristorazione cinese in Veneto, e altri di più recente apertura per individuare le tendenze del settore.

Mirando a questi obiettivi di campionamento, si è proceduto alla ricerca delle persone da intervistare. Una parte consistente di queste sono state individuate attraverso le reti di conoscenze personali dell'autore. Altre sono state contattate andando direttamente di persona ai ristoranti al fine di fissare un appuntamento con il titolare o, quando possibile, realizzare subito l'intervista. Una minima parte degli intervistati è stata raggiunta con un campionamento “a valanga”, attraverso la mediazione di persone già intervistate, oppure preventivamente contattata al telefono direttamente da parte del ricercatore. È da rilevare, tuttavia, che buona parte delle persone contattate in questi due modi si sono mostrate estremamente diffidenti e hanno rifiutato di prendere appuntamento per farsi intervistare.

In totale sono state realizzate 18 interviste, la maggior parte delle quali raccolte nel periodo dal 20 maggio al 18 giugno 2015. Alcuni intervistati sono risultati essere titolari di più ristoranti e di diversa tipologia. In taluni casi non è stato possibile parlare direttamente con il titolare degli esercizi, e sono stati intervistati i familiari stretti (coniugi o figli) che collaborano nella gestione del locale. In alcuni casi durante l'intervista erano presenti il titolare e un suo familiare, che è intervenuto nella conversazione rispondendo alle domande o aggiungendo commenti.

Prima di ogni intervista sono state fornite informazioni sulla finalità della ricerca e sulla riservatezza dell'identità degli intervistati. Diversi di questi hanno chiesto ulteriori chiarimenti sull'uso delle informazioni e su possibili conseguenze delle loro dichiarazioni. In alcuni casi, è stato necessario rassicurare ulteriormente gli intervistati nel corso della conversazione.

Le interviste di tipo semi-strutturato, sono state condotte seguendo una griglia al fine di raccogliere informazioni sul percorso migratorio e lavorativo personale e della loro famiglia, sulla loro scelta e percorso imprenditoriale, sulla gestione dell'esercizio, sul personale e sulle forniture. In alcuni casi le interviste hanno assunto la forma di colloquio informale, con un alternarsi a volte serrato di domande, risposte, rilanci e commenti da parte dell'intervistatore e dell'intervistato. Ad esclusione di un caso – l'intervista fatta al figlio del titolare di un ristorante che è nato e cresciuto in Italia e ha preferito parlare in italiano – tutte le altre conversazioni si sono svolte in lingua cinese (mandarino).

Le interviste si sono tenute all'interno dei locali dei ristoranti, principalmente durante gli orari di chiusura mattutina o pomeridiana. L'audio delle conversazioni è stato registrato attraverso un dispositivo elettronico con il consenso degli intervistati e poi tradotto e contestualmente trascritto in italiano. Solo in un caso l'intervistato ha chiesto che non venisse usato il registratore e si è cercato di trascrivere il contenuto dell'intervista nel modo più fedele possibile dopo aver lasciato il locale. Lo stesso approccio è stato usato per alcune informazioni accessorie raccolte attraverso interviste di tipo meno direttivo ad altri osservatori privilegiati, interni ed esterni alla comunità cinese. Inoltre, l'indagine si è avvalsa anche dell'osservazione di "documenti naturali" di tipo testuale e materiale (Cardano 2003).

Successivamente, i contenuti e i materiali raccolti sul campo sono stati organizzati e presentati per analizzare e descrivere la storia personale e familiare dei ristoratori cinesi in Veneto, il loro percorso lavorativo e la loro scelta imprenditoriale, le modalità di accumulazione del capitale, la tipizzazione dei locali, il mercato di riferimento e la loro offerta gastronomica, le modalità di reperimento e trattamento del personale e la fornitura delle materie prime. I nomi degli intervistati indicati nel testo sono di fantasia.

### **3. Il background migratorio e i percorsi di vita**

Le storie personali e familiari dei titolari degli esercizi esaminati nella presente ricerca ci permettono di ripercorre le principali tappe dei flussi migratori cinesi che hanno interessato l'Italia negli ultimi quarant'anni.

Il titolare del primo ristorante cinese aperto a Venezia nel 1976 appartiene alla generazione di cinesi immigrati da Hong Kong prima degli anni ottanta. I suoi genitori erano originari di Yangzhou, nella provincia del Jiangsu, e si trasferirono a Hong Kong nel 1950 dopo la fondazione della Repubblica Popolare.

Mio padre aveva sei ristoranti a Hong Kong. Poi ci sono state delle rivolte ... e a causa di questi disordini dovette chiudere diversi locali. Gli affari andavano male, così mio padre decise di mandare noi figli all'estero per guadagnarci da vivere. ... Come prima tappa siamo arrivati a Milano, poi siamo andati a Parigi, perché là ci sono diversi nostri compaesani. I migliori ristoranti di Parigi erano proprietà di nostri compaesani. ... Poi siamo tornati in Italia, poi siamo tornati in Francia e poi ancora in Italia. Siamo andati avanti e indietro un paio di volte. Alla fine ci siamo stabiliti in Italia e non ci siamo più mossi. Sono stato a Bologna, Torino, Milano ... lavorando come cuoco (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Del tutto casuale, invece è stato l'arrivo in Italia nel 1982 di un cuoco di Taiwan, che dopo aver lavorato per qualche tempo presso alcuni ristoranti cinesi di Milano gestiti da immigrati di vecchia data del Zhejiang (con la figlia di uno dei quali si sposò), nel 1987 aprì il suo primo ristorante a Treviso e l'anno seguente un altro a Mestre che attualmente continua a gestire.

Mio padre è nato a Taiwan. Proveniva da quello che si può considerare il ghetto di Taipei e ha iniziato a lavorare in cucina giovanissimo, i primi lavoretti come lavapiatti. Poi, facendo carriera come cuoco, mi pare abbia vinto un concorso culinario e gli donarono un biglietto per fare un viaggio in Italia e conoscere la cucina italiana. ... Mio padre lavorava per uno dei primi ristoranti in via Rosmini e guadagnava un sacco di soldi. Incontrò mia mamma per caso ... L'inizio è stato un po' turbolento: mio padre è taiwanese e mia madre è cinese e sai che trent'anni fa c'erano un po' di screzi. Mi pare che se ne andarono tutti due [da Milano] senza un'idea precisa e trovarono un locale a Treviso (Pietro Wu, 22/05/2015, Mestre)

A parte questi due casi, tutti gli altri titolari di ristoranti aperti in Veneto negli anni 80 e novanta presi in esame, provengono dall'area meridionale della provincia del Zhejiang, giunti in Italia grazie alla rete di relazioni sulle quali potevano fare affidamento le famiglie che avevano parenti all'estero (Cologna 2003). A causa delle severe limitazioni della mobilità internazionale cui sono sottoposti i cittadini della Repubblica Popolare Cinese, per chi decide di lasciare tale paese e intraprendere un percorso migratorio, le risorse cognitive, sociali, economiche e politiche accessibili at-

traverso le reti parentali e amicali, hanno rappresentato e rappresentano ancora un elemento indispensabile. Inoltre, tali reti consentono l'ingresso e facilitano l'inserimento lavorativo in paesi d'arrivo, come l'Italia, nei quali l'immigrazione e l'insediamento stabile di cittadini stranieri sono a loro volta normati in modo molto rigido.

Mio nonno è venuto in Italia negli anni trenta e poi si è stabilito a Bologna. Mio padre è venuto in Italia nel 1970 e anche lui è andato a Bologna. Confezionavano borse in pelle. Poi noi nel 1983 siamo venuti anche noi e abbiamo aperto un ristorante a Mestre. Eravamo io, mio padre, mia madre e mio fratello minore. ... In tutto siamo in quattro fratelli e sorelle. Prima siamo emigrati io e mio fratello minore. Due erano rimasti in Cina e sono venuti in Italia nel 1984. Quando sono arrivati anche loro, la famiglia era tutta al completo e abbiamo deciso di aprire anche questo locale. Lo abbiamo aperto nel 1987. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

Mio padre è venuto in Italia molto tempo fa, nel 1985. È espatriato con l'invito di sua sorella minore. La sorella era all'estero già nel 1959. Fa parte della generazione dei cinesi espatriati di più vecchia data. Da dove vengo io era comune che tutti quelli che avevano contatti con persone all'estero volessero anche loro espatriare per trovare da guadagnare. All'epoca si riteneva che all'estero le cose fossero migliori che in Cina. Stiamo parlando del 1990. Io sono espatriata quando facevo la prima superiore, per seguire i miei genitori con un ricongiungimento familiare. Una volta espatriata ho iniziato a lavorare: facevo la cameriera. (Silvia Li, 25/04/2015, Vicenza)

Tuttavia, la progressiva saturazione dei settori di primo inserimento, accompagnata dal diradamento delle risorse reperibili in seno alle reti parentali dovute al continuo flusso degli arrivi clandestini, negli anni novanta ha costretto diversi cinesi, arrivati in Italia da poco e incapaci di trovare di meglio, a cercare forme di impiego di sussistenza.

Ho lasciato casa e sono venuto in Europa nel 1998 quando avevo solo sedici anni ... appena arrivati in Italia, il nostro primo lavoro è stato andare a fare i venditori ambulanti in spiaggia a Chioggia ... Ci hanno fermato i carabinieri, che hanno preso i nostri dati e ci hanno mandati via ... Poi siamo andati a Napoli e abbiamo continuato a fare gli ambulanti in spiaggia, vendendo oggetti e facendo anche tatuaggi temporanei e massaggi ai turisti e agli anziani che andavano in spiaggia ad abbronzarsi... Arrivati alla fine del 2002, abbiamo aperto un piccolo ristorante a Napoli, con appena quindici posti. (Albert Han, 24/06/2015, Padova)

#### 4. L'esperienza lavorativa e la scelta imprenditoriale

A parte i due ristoratori provenienti da Hong Kong e Taiwan, dei sedici titolari di ristoranti provenienti dalla Repubblica Popolare cinese toccati dalle interviste, solo cinque lavoravano nel settore della ristorazione prima di emigrare (due avevano un proprio locale in Cina e tre lavoravano come cuochi). Tranne due, tutti gli altri hanno lavorato come cuochi o camerieri in Italia o in altri paesi Europei, aiutando nel locale della propria famiglia o come dipendenti per altri ristoratori.

La gran parte dei cinesi arrivati in Italia non erano cuochi. Prima coltivavano i campi, oppure facevano gli operai o altri lavori. Si sono improvvisati come hanno potuto. Sono stati costretti. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

La scelta di diventare imprenditore e nello specifico ristoratore, per gran parte degli immigrati cinesi non è stata determinata da una vocazione o specializzazione in tale settore, ma delle peculiari condizioni d'inserimento (*embeddedness*) nelle quali si sono trovati in Italia. In questa combinazione di fattori si trovano da una parte le aspirazioni del progetto migratorio e le risorse interne alla rete etnica, dall'altra parte la struttura di opportunità determinata dalle condizioni economiche, sociali e istituzionali del contesto italiano nelle quali si inserisce tale rete. Nelle testimonianze degli imprenditori giunti in Italia negli anni ottanta e novanta, appaiono evidenti il sogno di realizzazione personale come imprenditore e la limitazione delle possibilità nella scelta dei settori in cui poter operare.

Una volta espatriata ho iniziato a lavorare: facevo la cameriera. Era l'unica cosa che si poteva fare. Volevo aprire un mio locale per essere io la "piccola padrona". Questo era il mio primo progetto.

*Come mai un ristorante e non altre attività?*

All'epoca il nostro modo di pensare era piuttosto ristretto: "Noi possiamo aprire solo ristoranti". Allora non si pensava molto ad altre cose, perché tutti aprivano ristoranti: zie, cugini e cugine, zii, avevano tutti un ristorante. Per i cinesi della prima generazione la cosa era semplice: si imparava a fare i camerieri e i cuochi per poi aprire un ristorante. Nessuno ci diceva "Oh, magari poi potete fare anche altri lavori". Si pensava che l'unica cosa che potevamo fare fosse questa. (Silvia Li, 25/04/2015, Vicenza)

*Prima di venire in Italia avevate esperienza di ristorazione o avete imparato qui?*

No. Quando siamo arrivati in Italia, il problema era che non sapevamo la lingua e non avevamo altre scelte. Se la famiglia ha un ristorante uno impara questo mestiere, se la famiglia ha un laboratorio di abbigliamento uno impara quest'altro mestiere. Non c'erano altre possibilità.



*Avete preso in considerazione altri settori?*

No, non era assolutamente possibile. Non era come adesso che è facile. Ora si possono aprire negozi. All'epoca i cinesi non potevano aprire negozi. Ora si possono aprire negozi o bar. Allora non si poteva. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

Si lavora e poi ci si apre il proprio locale. Fanno tutti così. È un'idea che avevamo prima di partire. Tutti i cinesi hanno questo progetto: nessuno vuole lavorare come dipendente per tutta la vita. Noi cinesi lavoriamo sodo, e viviamo sulla nostra capacità di lavorare sodo. (Mario Zhao, 15/04/2015, Vicenza)

Per i genitori della titolare di un ristorante cinese in provincia di Verona aperto nel 1997 la scelta del settore della ristorazione è stata fatta dopo una prima esperienza imprenditoriale nel manifatturiero nell'area del pratese, motivata dalle condizioni di lavoro eccessivamente dure dell'attività di sartoria.

La mia famiglia non voleva tenere il laboratorio, perché è un lavoro stancante. Avevamo sempre consegne urgenti da fare. I miei dicevano che noi figli non dovevamo stancarci così tanto. A volte si lavorava tutta la notte. Perciò hanno deciso di aprire un ristorante. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

Alla fine degli anni novanta si assiste a una crescente differenziazione del tipo di imprese attivate da immigrati cinesi in Veneto, con l'apertura di laboratori e negozi e l'acquisizione di bar. Diverse persone che lavoravano come dipendenti presso ristoranti scelsero altri settori per il loro passo verso il lavoro autonomo, e anche diversi ristoratori decisero di cambiare attività. Tuttavia, la ristorazione restava e resta uno dei "settori rifugio" preferiti dai cinesi, scelto da molti anche per la possibilità di mettere a frutto le competenze già in possesso per questo tipo di lavoro, nonché per i costi relativamente bassi di avvio rispetto ad altri tipi di attività.

Prima volevamo aprire un negozio, ad esempio di casalinghi o abbigliamento. Non siamo riusciti a trovare un negozio e alla fine abbiamo deciso di aprire un ristorante. Avevo già esperienza nel settore. (Mario Zhao, 15/04/2015, Vicenza)

Non avevo scelta. Avrei voluto aprire un'azienda di import-export. Però è un'attività difficile da svolgere e non avevo molti soldi in mano. Perciò ho dovuto aprire un ristorante. Inoltre avevo lavorato per sette, otto anni nel settore. ... Non è che volessi proprio fare un ristorante, ma uno che è in Italia e ha famiglia deve aprire il proprio locale. Lavorando come dipendente non si guadagna molto, perché gli stipendi sono bassi. (Matteo Zheng, 15/06/2015, Vicenza)

Dalla fine degli anni 2000, con la sempre maggiore competizione nel settore delle manifatture e soprattutto con la nascita di nuove nicchie di mercato, vi è stato un ingresso (o ritorno) alla ristorazione da parte di imprenditori che lavoravano nel settore manifatturiero o in altri tipi di attività commerciali.

All'inizio siamo stati obbligati dagli eventi della vita, perché non c'era futuro con il laboratorio e non si trovava il personale. Dovevamo cambiare attività. Ma che attività fare? Non è che uno può fare tutto quello che gli piace. Anche se ti piacerebbe aprire un bar, non è detto che trovi chi ti vende il bar che vuoi tu. Ci sono tanti fattori. Il destino ha voluto che aprissimo questo ristorante, la posizione andava bene, abbiamo lavorato e abbiamo avuto risultati, poi un po' alla volta siamo cresciuti e abbiamo capito meglio come funziona il settore. (Alba Jiang, 22/06/2015, Padova)

Mio padre in Cina era cuoco. Mio nonno aveva un ristorante in Cina. Poi, per motivi diversi, abbiamo fatto lavori di alti tipo. Quando siamo arrivati in Italia, non abbiamo aperto subito un ristorante, perché non sapevamo l'italiano e non eravamo assolutamente in grado di comunicare. Abbiamo scelto di aprire prima un negozio di abbigliamento. In questo modo abbiamo imparato molto della lingua. Poi nel 2008 abbiamo deciso di abbandonare il negozio di abbigliamento e di tornare alla nostra vecchia professione. (Giovanni Wang, 16/06/2015, Mestre)

Io e mio marito avevamo aperto un ristorante insieme. Abbiamo tenuto il ristorante per otto, nove anni, poi l'abbiamo venduto e abbiamo iniziato a fare importazione di mobili. Abbiamo fatto questa attività per altri sette, otto anni e poi siamo tornati ad aprire un ristorante.

*Come mai di nuovo un ristorante?*

È un settore che paragonato ad altri ha una certa storia. Altri settori salgono e scendono, ma la gente deve pur sempre mangiare. Se uno lavora bene, è un settore abbastanza stabile. (Rosa Yang, 24/06/2015, Padova)

## 5. Il reperimento del capitale

In Italia negli anni ottanta l'imprenditoria cinese ha vissuto la sua fase più florida. In particolare, la ristorazione e la lavorazione in conto terzi hanno rappresentato gli spazi di maggior crescita. In tali settori, attraverso circuiti di credito fiduciario, le risorse accumulate dagli imprenditori che per primi hanno avviato le loro attività hanno consentito un'espansione economica della popolazione cinese immigrata (Cologna 2008). Tale sistema, che consiste in prestiti senza interessi fatti tra consanguinei e amici, ha rappresentato la base per le strategie di promozione economica e sociale delle famiglie cinesi immigrate.

Anche gli imprenditori che hanno aperto attività di ristorazione negli ultimi due decenni del secolo scorso in Veneto, toccati da questa indagine, riportano di aver fatto ricorso in modo pressoché esclusivo a risorse finanziarie reperite all'interno del gruppo di connazionali, nella loro famiglia o nella rete di conoscenze personali.

[Marito:] Ce li hanno prestati mio padre, suo padre e i nostri parenti. [Moglie:] Perché noi possiamo considerarci cinesi espatriati di vecchia data, già da tre generazioni. [Marito:] Per gli italiani forse questa è una cosa difficile da comprendere. Quando uno espatria, se ha amici e parenti, ovvero ha cento persone che gli danno una mano e lo incoraggiano, allora è più facile. Se fosse una singola persona a doverne aiutare cento, sarebbe tutto difficile.... [Moglie:] Lo sai che per i cinesi è così. Se uno vuole aprire un ristorante non è difficile trovare chi gli presta i soldi. Per gli italiani questo è impensabile. Sono cose che la polizia proprio non riesce a capire. In realtà è solo il nostro modo di fare. Ci aiutiamo a vicenda. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

I soldi ce li hanno prestati degli amici. Tu lo sai che tra cinesi ci aiutiamo reciprocamente. Niente interessi. Amici e parenti ti prestano i soldi senza tornaconto. Si restituiscono i soldi solo dopo che li si è guadagnati. Perché ci si aiuta a vicenda. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

In questo periodo di espansione era abbastanza comune prestare somme consistenti e senza interessi anche tra semplici compaesani (*tongxiang* o *la-oxiang*, ossia persone che non sono né parenti, né amici, ma semplicemente gente del proprio villaggio di origine).

Siamo andati a Milano a lavorare come dipendenti nell'82.... Il padrone del posto dove lavoravo [come cameriera] si chiamava Chen, era un espatriato di vecchia data, anche lui originario di Qingtian. Era una persona di buon cuore che ha aiutato molti nostri compaesani. All'epoca aveva molta stima di me ... ha conosciuto mia madre e anche mio fratello. Ha pensato che fossimo tutte persone in gamba e ha detto che avremmo dovuto aprire un ristorante. Mia madre gli disse che non avevamo i mezzi economici e che non conoscevamo neppure bene l'italiano.... Poi mio zio disse a mia madre "Questa è un'occasione." ... Noi eravamo degli immigrati appena arrivati in Italia, non potevamo aprire un'attività commerciale e non potevamo avere un permesso di soggiorno per lavoro autonomo; non potevamo neppure fare il REC.<sup>3</sup> Da

3. Il Registro esercenti il commercio (REC) era un registro pubblico istituito presso le camere di commercio di ogni capoluogo di provincia, al quale dovevano iscriversi tutti coloro che desideravano svolgere un'attività commerciale, compresa quella di somministrazione. Il registro è stato soppresso nel 2006.

soli non avremmo potuto aprire un'attività. Il fatto che ci fosse un cinese espatriato di vecchia data disposto ad aiutarci a farlo era un'ottima occasione. Così mia madre si decise e iniziò a cercare un locale.... Il signor Chen ci disse che non appena avessimo trovato il ristorante lui sarebbe entrato in società, perché ci riteneva persone capaci. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

Nessuno dei ristoratori che ha aperto ristoranti o altri tipi di attività in quel periodo ha dichiarato di avere fatto ricorso a finanziamenti da parte di istituti bancari italiani. Le uniche forme di credito extra-etniche sono state rappresentate dalle dilazioni nei pagamenti per la cessione dell'attività o la vendita dei macchinari da parte degli italiani.

Nel 2001, la mia famiglia ha chiesto dei soldi in prestito a degli amici. Un po' da amici, un po' dai fornitori. L'italiano che ci ha venduto il locale ci ha anche lui fatto credito. Grazie a questo siamo stati nelle condizioni di aprire un piccolo negozio all'ingrosso. ... Lì abbiamo lavorato per più di due anni e lentamente abbiamo messo da parte un po' di soldi. (Albert Han, 24/06/2015, Padova)

Quel *laowai*<sup>4</sup> è stato molto bravo. Anche la zia di mio marito aveva un laboratorio e, siccome non aveva tutti i soldi necessari, quando ha comprato le macchine, gli ha pagato solo un acconto di 5.000 Euro. Lui non ha voluto il saldo subito, ma le ha detto che poteva pagarlo un po' alla volta, quando avesse iniziato a guadagnare soldi. Il laboratorio della zia di mio marito andava molto bene e lui ha detto che aveva grande stima della nostra famiglia e della capacità di fare affari dei cinesi. Quando anche noi abbiamo aperto il nostro laboratorio, siccome c'erano questi buoni precedenti, ho comprato da lui macchine per 40.000 Euro. Ho pagato un acconto di soli 5.000 Euro, il resto abbiamo iniziato a pagarlo dopo 6 mesi in rate di 2.000 Euro, senza neppure pagare interessi. Bastava firmargli un assegno. Nessuna ipoteca. (Alba Jiang, 22/06/2015, Padova)

Le reti informali del credito fiduciario restano determinanti anche per i locali aperti dopo il 2000, tuttavia diversi degli intervistati che hanno aperto locali in questo periodo hanno dichiarato di aver fatto ricorso a prestiti da istituti di credito per porzioni limitate dell'investimento.

*Per aprire il ristorante dove avete trovato i soldi?*

Una parte sono soldi che abbiamo messo via lavorando, un'altra parte li abbiamo avuti in prestito da parenti.

4. *Laowai*, "straniero", termine usato per identificare gli occidentali.

*Nessun prestito in banca?*

In banca solo una piccola parte. Pochi, perché adesso non è facile avere prestiti in Italia. Perciò è solo una minima parte.

*Perciò principalmente da dove arrivano?*

Familiari, amici, parenti. Più o meno come fanno tutti. (Giovanni Wang, 16/06/2015, Mestre)

*L'investimento per il nuovo locale è ingente, I soldi da dove arrivano?*

Prestiti da amici e parenti.

*Anche da banche?*

Anche dalla banca.

*La maggior parte arriva dalla banca?*

No, quelli della banca sono solo una piccola parte. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

Nelle imprese di ristorazione di più recente apertura appare maggiore il peso di capitali portati dalla Cina, reperiti sempre all'interno della propria famiglia o delle proprie reti di conoscenti.

Sono tutti soldi di famiglia, portati dalla Cina. Non abbiamo chiesto prestiti a nessuno. Non abbiamo debiti. Sono tutti portati dalla Cina. Una parte, naturalmente, erano i soldi del negozio di abbigliamento che abbiamo venduto.

*I soldi dalla Cina provengono da parenti e amici?*

No, sono nostri. (Giacomo Ma, 17/06/2015, Verona)

*L'investimento per aprire è tutto vostro o avete dei soci?*

Abbiamo dei soci, però, anche se il locale è molto grande, gli arredi sono tutti spediti dalla Cina. Perciò in proporzione non è costoso.

*Che tipo di società è?*

È una S.r.l.

*I soci sono tutti cinesi o ci sono anche italiani?*

No, sono tutti cinesi.

*Compaesani?*

Sì....

*Posso chiedere l'ordine di grandezza dell'investimento?*

Non abbiamo ancora fatto i conti. In questo primo anno capiremo un po' alla volta.

*Neppure il costo degli arredi?*

Tutte spese fatte in Cina. In Cina abbiamo soldi di famiglia con i quali abbiamo pagato tutto.

*Parte del capitale arriva da prestiti?*

In parte prestati da amici, ma principalmente avuti con l'aiuto della nostra famiglia in Cina.

*Nessun prestito da banche?*

No. (Rosa Yang, 24/06/2015, Padova)

## 6. I ristoranti cinesi tra etnicità e adattamento

Gli imprenditori cinesi che per primi sono entrati nella ristorazione in Veneto e in Italia – così come in tutti i paesi europei – hanno trovato sbocco in tale settore mettendo a frutto il loro capitale etnico e culturale, aprendo ristoranti specializzati nella preparazione e vendita di piatti identificati con il loro paese d'origine: i ristoranti cinesi. Tutti questi locali erano rivolti a una clientela prevalentemente italiana.

Per i titolari di questi ristoranti, l'essere di "etnia" cinese (condizione che al di fuori di questo specifico ambito rappresenta un possibile fattore di discriminazione per l'inserimento sociale e lavorativo)<sup>5</sup> costituisce una parte fondamentale del patrimonio aziendale e la base del loro vantaggio competitivo: i ristoratori cinesi, in quanto tali, vengono riconosciuti come in grado di preparare e servire cibo cinese "autentico" e conseguentemente di occupare di diritto questa specifica nicchia del mercato della ristorazione.

Tuttavia l'autenticità non è un termine oggettivo inerente al prodotto, ma è un costrutto che assume valenza solo nella sua interazione con le aspettative del consumatore (Taylor 1991). I primi ristoranti cinesi che hanno aperto in Italia e in Veneto (così come i loro precursori negli Stati Uniti e in altri paesi europei) hanno cercato un compromesso tra il mantenere e trarre vantaggio dall'identità etnica del cibo proposto e l'adattarsi alle abitudini alimentari della clientela (Lu e Fine 1995).

L'arredo dei ristoranti cinesi generalmente ha la funzione di rafforzare l'identità etnica. I locali aperti in Veneto dagli anni ottanta fino ai primi anni del 2000 sono caratterizzati da uno stile abbastanza simile, che copiava pedissequamente quello dei ristoranti cinesi delle principali città italiane ed europee e che mostrava molti punti in comune con lo stile dei ristoranti di lusso presenti in Cina in quel periodo.

I ristoranti cinesi sono immediatamente riconoscibili dall'esterno, con le immancabili lanterne rosse ed eventuali altri elementi architettonici posti all'ingresso (portali con colonne rosse e tetti arricciati, leoni di pietra). Il nome stesso dei locali spesso è quello di città cinesi oppure rimanda a elementi della tradizione cinese (loto, pagode). L'interno del locale è riccamente decorato con lampade e lanterne, pannelli in legno intarsiati, dipinti con draghi e fenici, calligrafie, statue o altri elementi ornamentali. L'intero locale è caratterizzato dalla prevalenza del colore rosso, ritenuto in Cina di buon auspicio e tradizionalmente usato in tutte le occasioni festive. Una volta en-

5. La riconoscibilità dei tratti somatici delle persone di "etnia" cinese viene paragonata da Ien Ang (1993) alla "maledizione del colore" definita da Frantz Fanon (1970).

trati, si viene accolti da un sottofondo musicale con brani tradizionali o di musica leggera cinese e da cameriere vestite con il tradizionale *qipao*<sup>6</sup>. Le tavole sono apparecchiate con tovaglie in tessuto lavorato con colori e decorazioni piuttosto sgargianti, con le bacchette messe di fianco alle posate e con il tovagliolo piegato in forma floreale appoggiato sul piatto. Anche la presentazione dei piatti è molto curata, con la presenza di decorazioni fatte con fiori o verdure intagliate.

L'impiego massiccio di elementi decorativi etnici – raramente visibile in Cina – ha rappresentato il modello per molti dei ristoranti cinesi aperti in Italia e ha contribuito a formare una visione stereotipata del gusto dell'arredo cinese. Questo stile si ritrova in tutti i ristoranti cinesi aperti a partire dalla fine degli anni ottanta. In quest'epoca nascono ditte cinesi specializzate (principalmente con sede a Milano) che curano l'allestimento dei ristoranti cinesi in tutta Italia. La scelta di tale arredo era in genere dovuta all'incrollabile convinzione da parte degli imprenditori che questo fosse il tipo di arredo gradito alla clientela italiana e che non era in alcun modo opportuno sperimentare altre soluzioni. Eventuali innovazioni erano sempre introdotte imitando altri ristoranti di successo nelle maggiori città italiane.

Nel 1990 sono andata a Roma e c'era un ristorante aperto da una persona originaria di Qingtian come me. ... Quando sono entrata ho preso paura. Tutto il pavimento del locale era un acquario. Ho preso paura ma mi è piaciuto molto. In seguito nei ristoranti cinesi si è iniziato a costruire gli acquari sotto il pavimento. L'hanno fatto molti ristoranti e ne abbiamo costruito uno anche noi. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

L'emulazione dei locali di successo ha anche determinato l'offerta gastronomica. Fin dai remoti tempi della prima diffusione della ristorazione cinese negli Stati Uniti, i ristoratori cinesi hanno adottato delle strategie di adattamento della cucina, per confrontarsi con la limitatezza e con la differenza delle materie prime a disposizione e, soprattutto, per rispondere alla capacità di accettazione di gusti diversi da parte della clientela locale (Roberts 2002). Questa impostazione è riscontrabile anche nei ristoranti cinesi che nel secolo scorso hanno aperto in Europa e in Italia. Molti piatti con ingredienti poco apprezzati dalla clientela o irreperibili sul mercato sono stati eliminati dal menu, mentre alcuni piatti di poco pregio ma molto graditi al gusto occidentale sono stati elevati a rappresentanti della cucina cinese.

6. Abito tradizionale femminile cinese, la cui forma attuale è divenuta in uso negli anni '20 a Shanghai. È il modello degli abiti indossati dalla protagonista del film *Il mondo di Suzie Wong* di Richard Quine del 1960.

Oltre a questo, nei menù sono state inserite alcune preparazioni inventate negli Stati Uniti, come ad esempio i toast di gamberi, i biscotti della fortuna e il gelato fritto. I primi cuochi professionisti che giunsero in Italia da Hong Kong e Taiwan dovettero conformarsi a questa situazione.

Lui [mio padre] come tanti altri cuochi arrivati trent'anni fa ha dovuto adeguare le proprie tradizioni, il proprio stile alle usanze dell'Italia. Quindi, i soliti involtini e il toast di gamberi, che in Cina si mangiano raramente o forse mai, dato che il toast di gamberi là non l'ho mai visto. (Pietro Wu, 22/05/2015, Mestre)

Quando siamo arrivati abbiamo usato le cose che avevamo imparato a Hong Kong.... La tecnica di cottura in padella è uguale. Abbiamo fatto degli aggiustamenti sulle materie prime.... Se si fossero proposti subito certi piatti particolari del nord, sarebbero risultati inadatti per la maggior parte degli europei.... La trippa di maiale che si fa a Pechino, qui chi mai l'avrebbe mangiata? E il fegato di maiale? ... Nel corso degli anni abbiamo eliminato i piatti che non erano adatti ai clienti e ne abbiamo aggiunti nuovi adatti ai loro gusti. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Avevamo assunto un cuoco di Hong Kong ... Ce l'aveva presentato un amico taiwanese che aveva un ristorante a Milano. A Milano aveva visto e imparato come si fa. Conosceva il mestiere non ci ha messo molto a cambiare. All'epoca era impensabile fare piatti identici a quelli che si fanno in Cina. Alla gente non piacevano. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

Involentini primavera, riso alla cantonese, pollo alle mandorle. Sono i piatti più semplici. Gamberi al sale pepe ... in generale gli italiani preferiscono i cibi asciutti a quelli in brodo. Sono pochi quelli che bevono le zuppe. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

I tentativi da parte di alcuni ristoratori di proporre alla clientela italiana piatti più vicini al gusto cinese si sono rivelati inutili o addirittura controproducenti.

Poi abbiamo trovato un socio di Shanghai. Era un capo cuoco. Quando è arrivato gli affari andavano abbastanza bene, però dopo tre mesi non c'era più lavoro. Perché? Perché i piatti che preparava questo capo cuoco di Shanghai, come ad esempio gli spaghetti di soia, li doveva per forza bollire prima di spadellarli. Così facendo, alla fine erano stracotti e deguazzanti nel brodo. Questo è il modo in cui si mangiano a Shanghai. E poi il sapore era sempre tendente al dolce ... ai clienti locali non piacevano i suoi piatti ... Con lui abbiamo perso tantissimo lavoro. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)



Oltre alla selezione dei tipi di piatti, i primi ristoratori cinesi hanno anche adattato l'intera struttura del pasto alle abitudini italiane, adottando la sequenza antipasto, primo, secondo e dessert (in Cina la sequenza in genere prevede piatti freddi, piatti caldi e zuppa finale).

Questo italiano che ci aiutava ci ha detto che bisognava fare così, perché loro [gli italiani] sono abituati così. Bisogna aspettare che abbiano finito l'antipasto prima di portare gli altri piatti. Sono abituati così. Se gli porti il riso prima che abbiano finito l'antipasto pensano che sia troppo presto. Poi bisogna cambiare i piatti. Come nei vostri ristoranti italiani. Una portata alla volta. Si usano parecchi piatti! (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

Abbiamo recepito le abitudini locali, con primo, secondo ecc.... i cinesi prendono la zuppa a fine pasto. Agli italiani, invece, dopo l'antipasto piace mangiare il primo. Abbiamo cambiato in questo modo. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Questa impostazione è stata seguita da tutti i cinesi che hanno aperto ristoranti negli anni seguenti, gran parte dei quali, avendo imparato il mestiere di ristoratore dopo l'arrivo in Europa, hanno fatto propria e proposto nei loro ristoranti questa forma di cucina cinese "italianizzata" introdotta dai locali già esistenti.

Questo ha reso l'offerta gastronomica sempre più stereotipata. I menù venivano spesso letteralmente copiati da locale a locale, con una selezione limitata di piatti semplici da realizzare e generalmente costruiti attorno alla possibilità di comprimere i costi.

Nello stesso modo, anche dal lato della domanda della clientela italiana, il gusto e la visione della cucina cinese si sono formati proprio su questo stile di cucina e sul livello qualitativo con il quale è stata diffusa.

All'epoca i ristoranti cinesi avevano appena iniziato a crescere. A Milano ce n'erano pochissimi, forse meno di dieci (era l'inizio degli anni 80). Però se uno apriva un locale nelle città piccole, indipendentemente dal livello, aveva lavoro e poteva fare buoni affari. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

Tanto gli stranieri non capivano. Perciò all'epoca i ristoranti cinesi erano di pessima qualità. Sempre più economici. Adesso è ancora così. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Il successo commerciale dei ristoranti cinesi negli ultimi due decenni del secolo scorso ha praticamente disincentivato qualsiasi deviazione da questo modello di locale e di cucina. L'aumento della concentrazione dei ristoranti

cinesi sul territorio con un'offerta gastronomica sostanzialmente identica, ha spinto l'intero settore a concorrere sui prezzi e ha portato a una notevole svalutazione del valore commerciale del cibo cinese.

Con tutti questi cinesi si è formata una sorta di abitudine: se sei cinese non può essere caro. Gli italiani hanno questa convinzione: se sei cinese non puoi permetterti di fare piatti costosi. Come mai? Colpa di noi stessi cinesi. Molti si sono mossi in modo incauto e hanno rovinato il mercato. E ora non hanno titolo per aumentare i prezzi.... La maggior parte dei cinesi punta al prezzo basso e all'abbondanza delle porzioni. Ti danno da mangiare a sazietà, ma la qualità non c'è. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Il settore della ristorazione cinese, che all'inizio del nuovo secolo era già avviato verso la saturazione in molte città del Veneto, ha subito un fortissimo impatto con l'allarme per la sars alla fine del 2002.<sup>7</sup>

Con l'arrivo della sars abbiamo sostanzialmente smesso di lavorare. [ride] Una sciagura! ... Avevamo iniziato a lavorare veramente dal 1984 e nel 1987 avevamo aperto altri due ristoranti in un sol colpo. Dall'apertura fino al 1988-89 gli affari sono andati benissimo.... Hanno continuato ad andare bene anche in seguito. È stato con la sars che il lavoro ha iniziato a calare. È cambiato tutto completamente. Di colpo.... C'erano ancora clienti, ma era proprio molto difficile. La gente aveva paura; vedeva i cinesi dei ristoranti e aveva paura della sars. È stato difficile ed è andata avanti così per circa un anno. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

La sars ha fatto precipitare di colpo il settore della ristorazione cinese con effetti sul lavoro di molti locali. Anch'io sono stato una delle vittime. All'epoca, per arredare il ristorante abbiamo speso 240 milioni di lire. Avevamo messo tutti i nostri risparmi, ma restavano dei debiti. Così siamo tornati al punto di partenza a fare gli ambulanti e a fare massaggi in spiaggia e ai mercati. Non c'erano alternative. Dovevamo sopravvivere. Il ristorante lo abbiamo tenuto aperto. Abbiamo trovato un paio di dipendenti cinesi e noi di giorno andavamo fuori a fare massaggi e a vendere cose. Alla sera, quando c'erano più clienti, stavamo al ristorante a lavorare. (Albert Han, 24/06/2015, Padova)

Dopo la sars diversi di questi ristoranti cinesi, iniziarono a chiudere o a convertire il locale in altri tipi di ristoranti e rivolgersi ad altre nicchie di mercato.

7. Sars è una sigla che sta per Severe acute respiratory syndrome (sindrome acuta respiratoria grave), una forma atipica di polmonite apparsa per la prima volta nel novembre 2002 nella provincia del Guangdong in Cina e diffusasi l'anno seguente con circa 8.000 casi.

Siamo rimasti solo noi. Siamo quelli che hanno resistito fino ad oggi. All'inizio [a Mestre] c'erano almeno cinque o sei ristoranti che facevano da mangiare per gli italiani. C'è chi ha chiuso, chi ha venduto, chi ha cambiato. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

All'alba della sars nell'area urbana di Vicenza vi erano oltre otto ristoranti cinesi (oltre a tre take-away). Di questi oggi ne sono ancora attivi tre, ai quali nel corso degli anni successivi si è aggiunto solamente un altro locale connotato come "ristorante cinese". Da parte di chi ancora gestisce questo tipo di locali si nota un atteggiamento piuttosto conservativo, e l'idea di limitarsi a presidiare una fascia di mercato molto ridotta, spesso composta da un nucleo di clienti affezionati.

I gusti dei clienti che vengono da noi li conosci, sono rimasti quelli.... Noi abbiamo mantenuto quello stile. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

A essere sinceri, il problema è che i ristoranti cinesi in Italia sono troppo poco reattivi, non fanno molte innovazioni. Penso che si tratti di una questione di mantenere la reputazione: se i clienti vengono nel mio locale, il cibo è buono e il servizio anche è buono, è molto probabile che abbiano voglia di tornare in questo ristorante. È difficile che un ristorante faccia grandi cambiamenti. (Silvia Li, 25/04/2015, Vicenza)

Due dei ristoratori intervistati hanno deciso di provare a superare i comuni stereotipi radicati tra i consumatori locali, cercando soluzioni per ridefinire l'identità della cucina cinese. In un caso, uno dei ristoranti più vecchi presenti nella regione ha fatto un *restyling* radicale del locale e – pur mantenendo un occhio di riguardo per il mercato tradizionale della ristorazione cinese – ha intercettato le nuove tendenze alimentari e le attuali mode salutistiche.

Ho deciso di rinnovare l'intero locale. Perciò l'anno scorso abbiamo fatto dei cambiamenti. È stato lo stesso designer che lo ha progettato. Ci ha detto che lo ha fatto seguendo il *fengshui*.<sup>8</sup> ... Innanzitutto i materiali sono naturali. Questa che vedi è argilla ... questo è legno e bambù. Perciò non c'è niente di chimico ... Il nostro ristorante è "ecologico" ... Abbiamo mantenuto gli involtini primavera e i ravioli, il riso alla cantonese, pollo con le mandorle. Questi piatti naturalmente ci devono essere, perché non si possono eliminare ... Però, oltre al menù tradizionale, oggi abbiamo aggiunto il menù vegetariano ... Ci sono anche il riso nero, gli spaghetti integrali, gli involtini di grano saraceno. Molti dei nostri piatti hanno proprietà nutrizionali. Non si tratta semplice-

8. Il *fengshui* è un'arte geomantica tradizionale cinese usata nell'architettura.

mente di mangiare. Spieghiamo anche cosa sono lo zenzero, il *goji*, i cibi integrali, i funghi *mu'er*, le alghe. Non solo proponiamo ai clienti piatti salutari, ma spieghiamo anche perché si devono mangiare certe cose.... Questo è l'obiettivo della mia battaglia.... In seguito vorrei poter servire ai miei clienti cibo "bio" e "a chilometro zero". Per il momento non riesco ancora a farlo, perché c'è la crisi economica. Le verdure "a chilometro zero" costano tre-quattro volte il prezzo normale e non riuscirei a venderle. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

Un altro ristorante, aperto recentemente a Verona, è arredato con un design cinese di concezione moderna e propone piatti di una specifica cucina regionale cinese, diversi da quelli tradizionalmente serviti nei ristoranti cinesi. Il locale, il cui menù è disponibile solo in italiano, si rivolge a una clientela locale con gusti più maturi e ricettivi. Sia l'arredo sia il tipo di cucina imitano un modello di locale creato in Inghilterra nei primi anni del 2000.

Nello scegliere questo stile di locale, abbiamo ritenuto che non si potesse continuare a fare come i ristoranti cinesi di una volta, perché in Italia i ristoranti cinesi hanno una brutta reputazione. In realtà, il cibo cinese che si mangia in Cina è completamente diverso da quello che si mangia qui.... Volevamo far assaggiare a dei "veri italiani", i piatti della cucina cantonese e della mia area d'origine in stile "veramente cinese". Inoltre volevamo liberarci dalla cattiva reputazione e rimediare agli errori fatti da noi stessi cinesi vent'anni fa. A molti ristoranti piace servire cibi fritti. In realtà le cose fritte in Cina non sono molto comuni. Noi principalmente usiamo saltare i cibi in padella, con solo un po' di olio e a fuoco alto. Questo è lo stile che deve avere la vera cucina cinese.... Molti italiani sono stati in Cina. Una volta tornati in Italia non riescono più a mangiare la cucina cinese fatta in Italia, ovvero quella che fanno i ristoranti cinesi vecchio stile. Ora sono orientati verso un gusto più vicino all'originale cinese ... Chi è stato in Cina apprezza molto il nostro cibo. Chi non c'è mai andato fa più fatica, perché i nostri piatti sono piuttosto particolari: ad esempio, serviamo la medusa e il granchio crudi o altri piatti molto particolari; cose che non tutti mangiano, perché sono abituati a mangiare il cibo cinese di una volta, come gli involtini primavera, il riso alla cantonese e il pollo alle mandorle. Quando vanno al ristorante cinese pensano che siano queste le cose che si devono mangiare. Quando vengono da noi si accorgono che gran parte di questi piatti qui non sono nel menù.... L'ispirazione ci è venuta da un ristorante molto rinomato in Olanda che si chiama Hakkasan.<sup>9</sup> È un ristorante stellato. Fanno ravioli, con uno stile molto simile al nostro. Perciò abbiamo mandato delle persone appositamente per vedere il loro locale. Quel

9. Il primo locale della catena Hakkasan è stato aperto a Londra nel 2001. È opportuno far presente che, contrariamente a quanto raccontato dall'intervistato, non vi sono locali di questa catena nei Paesi Bassi.

ristorante è molto più grande del nostro, ma noi abbiamo voluto portare il loro stile in Italia... Quel ristorante usa i colori blu e il rosso. Uno è un colore caldo e uno è freddo. Ci è piaciuto molto questo abbinamento così particolare. (Giacomo Ma, 17/06/2015, Verona)

## 7. Oltre i confini della cucina cinese

A partire dai primi anni del ventesimo secolo, in Veneto diversi imprenditori cinesi hanno iniziato a cercare spazi per svolgere l'attività di ristorazione al di fuori della tradizionale nicchia della propria cucina etnica. All'origine di questa espansione si possono individuare molteplici fattori, alcuni dei quali già toccati nel paragrafo precedente.

Innanzitutto, vi è stata una progressiva saturazione del mercato tradizionale della ristorazione cinese dovuta alla crescita numerica dei ristoranti e delle rosticcerie, che ha proporzionalmente ridotto il bacino di clienti dei singoli esercizi. Parallelamente, ha iniziato a crescere anche la concorrenza dei locali che proponevano cucine "esotiche" nuove e diverse, aperti da imprenditori di altri gruppi di immigrati (quali i ristoranti indiani e soprattutto i venditori di *kebab*).

Inoltre, si devono tenere in considerazione alcuni fattori legati agli stereotipi sulla Cina, sui cinesi e sulla cucina cinese. Con la sars moltissime persone hanno smesso di frequentare i ristoranti cinesi per paura di entrare in contatto con gli immigrati, ritenuti potenzialmente infetti. Seppure in misura minore, anche i diversi allarmi per pandemie di influenza aviaria originate in Cina negli anni seguenti hanno influito negativamente sulla frequentazione dei ristoranti cinesi.

La cucina cinese (così come le altre cucine esotiche) rappresenta un prodotto nel quale il consumatore è fortemente influenzato dall'effetto *Coo* (*Country of Origin*). Negli ultimi decenni si sono susseguiti diversi allarmi di tipo sanitario riguardanti prodotti di importazione dalla Cina (come giocattoli e alimentari), cui si devono aggiungere le notizie sul contrabbando di merci contraffatte. Nel complesso il *Made in China* ha assunto una connotazione negativa, che rimanda a prodotti di scarsa qualità e di basso prezzo (Kabadayi, e Lerman 2011). Questo pregiudizio si è ripercosso anche sul prodotto venduto dai ristoranti cinesi. Inoltre, come indicato nel paragrafo precedente, per la maggior parte dei consumatori italiani la cucina cinese è diventata sinonimo di cibi fritti e poco salutari, non molto in sintonia con le nuove mode alimentari. L'insieme di questi fattori ha reso la tradizionale ristorazione cinese meno appetibile per gli italiani e di conseguenza meno redditizia e meno appetibile anche per gli imprenditori cinesi.

Già dai primi anni del 2000 alcuni ristoratori cinesi in Veneto hanno iniziato a convertire i propri locali in ristoranti giapponesi. Alla fine del secolo scorso vi erano già ristoranti giapponesi in tutte le capitali e nelle principali città europee (Cwiertka 2001). In Occidente la cucina giapponese si è imposta come una tipologia di cibo molto ricercata, salutare e costosa, con un uso di materie prime freschissime e un alto valore estetico dei piatti.

In Veneto, così come in molte altre regioni italiane e paesi europei, i cinesi si sono inseriti in questa nicchia di mercato lasciata sostanzialmente scoperta dai “legittimi proprietari”. L’esiguo numero di ristoranti realmente gestiti da imprenditori giapponesi, infatti, non sarebbe sufficiente a soddisfare la crescente domanda del mercato per questo tipo di cucina. Un elemento che ha facilitato l’ingresso dei cinesi nel settore della ristorazione giapponese in Italia, come in altri paesi europei e negli Stati Uniti, è la somiglianza dei tratti somatici che accomuna le persone originarie di diversi paesi dell’Asia Orientale, e la frequente incapacità da parte della clientela occidentale di distinguere tra un cuoco giapponese e uno cinese (Bestor 2000).

I ristoranti giapponesi aperti da cinesi possono essere classificati come imprese “mimetiche”. La ristorazione italiana è un’altra attività nella quale hanno cercato sbocco alcuni imprenditori cinesi in Veneto. In questo caso, tuttavia, viene meno la possibilità per i titolari di celare la propria identità etnica. Un’imprenditrice cinese, che per sette anni ha gestito un ristorante italiano di medio livello già ben avviato nel centro storico di Vicenza, attribuisce il fallimento del proprio locale proprio ai pregiudizi da parte della clientela italiana.

Gli italiani e i vicentini faticano ad accettare che sia un cinese ad aprire un ristorante italiano. Pensano che noi non possiamo fare cucina italiana autentica. È una cosa difficile da fa accettare. In realtà è stato proprio un peccato, perché da me i cuochi e i camerieri erano tutti italiani. C’era solo il titolare cinese, ma faceva una grande differenza. (Silvia Li, 25/04/2015, Vicenza)

Diversi ristoranti giapponesi a gestione cinese oggi adottano la formula *all you can eat* (in cinese *baocan*), che consiste nella possibilità di ordinare piatti alla carta senza limiti pagando un prezzo fisso. Questo formula di vendita è caratteristica di un particolare tipo di ristorante a self-service, comunemente chiamato sushi-wok, nato nei Paesi Bassi e introdotto in Veneto alla fine degli anni 2000. Si tratta di locali, generalmente di grandi dimensioni, che offrono cibo cinese, giapponese, italiano o di altre cucine.

Grazie all'offerta gastronomica molto varia e all'ottimo rapporto quantità-prezzo, questi ristoranti hanno un buon riscontro tra la clientela sia italiana sia immigrata. Anche alcuni ristoranti cinesi tradizionali di piccole dimensioni aperti negli anni novanta sono stati influenzati da questa nuova tendenza del mercato e hanno inserito nel menù il sushi o altri piatti asiatici non propriamente cinesi. Diversi imprenditori hanno dichiarato che i nuovi investimenti sono orientati verso locali di grandi dimensioni con cucina "multi-etnica" e con la formula *all you can eat* (sia a buffet che alla carta).

Il motivo per il quale ho aperto un sushi-wok è semplice: all'epoca in questa città non ce n'erano. In Olanda ce n'erano già tanti. Abbiamo aperto più di sei anni fa. ... Ho cercato un locale per molto tempo, finché ho trovato questo posto: vicino a un grande supermercato, con il parcheggio... Siamo stati i primi a fare questo tipo di locale. ... Di solito vengono persone che lavorano negli uffici qui vicino. Nel fine settimana la gente non lavora e vengono molti stranieri. (Mario Zhao, 15/04/2015, Vicenza)

Nel locale che stiamo per aprire serviremo piatti di ogni tipo: cinese, sushi, teppanyaki e griglia. Principalmente queste tre cose. Abbiamo affittato un capannone e lo stiamo arredando ... Sono circa 500 metri quadrati ... forse 150-160 coperti ... Non vogliamo fare il locale wok. La roba dei locali wok non è buona da mangiare. Vogliamo fare come qui: uno ordina e prepariamo le cose al momento. ... Faremo sia a prezzo fisso, sia alla carta. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

Il più grande *sushi-wok* del Veneto (che assieme all'attiguo locale specializzato in piatti cinesi è dichiarato dai titolari come il più grande in Europa) è stato aperto nel marzo 2015 nell'area industriale di Padova. Per il pranzo questo nuovo *sushi-wok*, offre un buffet *ad libitum* a meno di 10 Euro. A causa di questa strategia di prezzi così aggressiva, è stato oggetto di contestazione da parte di alcuni manifestanti radunatisi davanti all'ingresso nel giorno dell'inaugurazione.

## 8. Gli sviluppi del mercato etnico

Tra i primi locali che nella regione Veneto hanno iniziato a servire piatti tipici della provincia del Zhejiang (parallelamente ai classici involtini e agli altri piatti richiesti dalla clientela italiana) vi sono il ristorante *Internazionale*, aperto vicino alla stazione ferroviaria di Padova nel 2002 e il ristorante *Orientale*, aperto vicino alla stazione di Mestre nel 2003 (un mese prima dell'arrivo dell'allarme per la sars).

Quando abbiamo preso il locale, abbiamo iniziato subito a fare una cucina diversa da quella dei ristoranti cinesi tradizionali di una volta e a servire gli snack cinesi. Così già da allora buona parte della clientela è costituita dai cinesi residenti in quest'area.... All'epoca gli italiani erano soliti scegliere i piatti "tradizionali", ai quali erano abituati da tanti anni. I cinesi, invece, prendevano i piatti speciali della cucina casalinga.... Nel corso di questi anni mi sono accorta che molti italiani hanno lentamente iniziato ad accettare snack e piatti che potremmo definire veramente tradizionali cinesi. (Maria Sun, 23/04/2015, Mestre)

Con l'apertura del primo nucleo del Centro Ingrosso cinese nella periferia di Padova nel 2005 e la progressiva concentrazione di attività commerciali e di residenti cinesi, negli anni seguenti hanno aperto molti nuovi ristoranti nel capoluogo padovano specializzati nel servire il mercato etnico. Alcuni di questi sono localizzati nei pressi della stazione ferroviaria, altri all'interno o nelle vicinanze del centro ingrosso, per poter sfruttare al meglio la particolare concentrazione di commercianti cinesi che gravitano attorno a quest'area.

Abbiamo visto che qui c'era un'alta concentrazione di cinesi.... La posizione è perfetta. Il nostro ristorante all'inizio era di 200 metri quadrati ... poi ci siamo allargati. Tuttavia in questi due anni il giro di affari del centro ingrosso è peggiorato. Anche per noi non c'è nulla di straordinario, visto che il nostro lavoro va di pari passo con quello del centro. Più clienti del centro ci sono, e più giro di gente c'è per noi. Se non ci sono clienti, anche noi ne risentiamo.... Il nucleo [dei clienti] è del Centro commerciale. Inoltre vi sono titolari di bar, ristoranti e di numerosi altri negozi all'ingrosso o al dettaglio. (Alba Jiang, 22/06/2015, Padova)

Il ristorante sopra descritto, come molti altri a Padova, dispone di una sala piuttosto ampia, che si presta per l'organizzazione di cene di gala e banchetti di nozze. Questi ultimi rappresentano un momento particolarmente importante nella vita sociale dei residenti cinesi.

Il matrimonio è una cosa cui danno molta importanza sia gli sposi sia i loro genitori e gli anziani della famiglia.... Servono cuochi di livello. Inoltre, non bastano le pietanze. Il locale stesso deve essere preparato in anticipo, con il palcoscenico e il presentatore. ... Dobbiamo curare tutto, dalla preparazione del banchetto fino alla fine, in modo che tutti siano contenti, mangino bene e tornino a casa senza problemi. (Alba Jiang, 22/06/2015, Padova)



Qui in Veneto non c'erano ristoranti grandi per i banchetti di nozze. Per trovarli bisognava andare a Milano o a Prato. In Veneto non ci sono ristoranti di grandi dimensioni. Noi siamo gli unici. (Rosa Yang, 24/06/2015, Padova)

Un'altra nicchia molto particolare di mercato etnico, verso la quale si sono specializzati alcuni ristoranti cinesi di dimensioni medio-grandi presenti in Veneto, è la fornitura di pasti per le comitive di turisti cinesi. Dopo il riconoscimento dello status di destinazione turistica approvata per i viaggi di gruppo (*Approved Destination Status*)<sup>10</sup> da parte del governo cinese, nell'ultimo decennio vi è stato un forte incremento del turismo *outbound* dalla Cina (Dall'Ara e Dionisio 2012: 13-18). Venezia è una delle mete turistiche più conosciute al mondo ed è inclusa nella maggior parte dei pacchetti di viaggio in Italia. Le comitive di turisti prediligono pasti con pietanze cinesi, con costi estremamente ridotti e tempi di servizio rapidi.

Il ristorante cinese la Pagoda a Mestre, aperto nel 1987, è stato il primo locale cinese a percorrere questa strada, specializzandosi nel servizio di pasti alle comitive di turisti cinesi e abbandonando progressivamente il tradizionale mercato della clientela italiana.

L'idea, la *view*, di una volta era di lavorare solo con clienti italiani. Ma nel frattempo la cosa è cambiata e il nostro target sono proprio i cinesi. I gruppi di turisti che vanno a Venezia. ... All'inizio erano solo gruppi di cinesi, poi da una decina d'anni abbiamo convenzioni con gruppi coreani, thailandesi, indonesiani, malesi, tutto l'Oriente. (Pietro Wu, 22/05/2015, Mestre)

Attualmente nell'area di Mestre, Marghera e nei pressi dell'aeroporto si sono aggiunti altri ristoranti che cercano di ritagliarsi una fetta di questo mercato emergente. Si tratta di locali piuttosto spaziosi e dotati di parcheggio per i pullman, condizioni che consentono di accogliere comitive numerose. Anche alcuni locali posizionati in altri punti strategici della rete viaria regionale hanno iniziato a cogliere l'opportunità offerte dallo sviluppo del turismo cinese nel capoluogo regionale per allargare il proprio giro d'affari.

I ristoranti che mirano in modo specifico alle comitive turistiche, organizzato l'intero lavoro sulla base di accordi diretti con tour operator cinesi, che rappresentano il principale vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti.

10. L'Ads (*Authorized Destination Status*) viene ottenuto attraverso negoziati bilaterali con la Cina. Nel caso dell'Unione Europea, più propriamente dei Paesi che hanno aderito all'Accordo di Schengen, lo status fu ottenuto alla fine del 2003 e reso operativo a settembre 2004.

Sono tutte agenzie orientali. Abbiamo i contatti da più di vent'anni. È che, giustamente, non posso fornire molti dati perché c'è una concorrenza spietatissima. Comunque è l'agenzia stessa che ci manda la prenotazione con fax o email. ... solo ogni tanto ci sono guide che decidono. Ma la maggior parte sono controllate dalle aziende. (Pietro Wu, 22/05/2015, Mestre)

## 9. Il reperimento e le condizioni di lavoro del personale

Gran parte degli esercizi di ristorazione gestiti dai cinesi sono imprese individuali e familiari. I primi ristoranti cinesi facevano affidamento in modo prevalente alle risorse umane all'interno del nucleo familiare. A questi si aggiungevano i parenti fatti arrivare appositamente dalla Cina, disposti a rimborsare la somma spesa per farli giungere in Italia con il loro lavoro, accettando logiche retributive familiari e comprimendo al massimo i propri consumi. Questo tipo di gestione permetteva di contenere al massimo i costi della forza lavoro.

Dal 1984 al 1987 ho lavorato nel ristorante di mia madre. Per tre anni. Lavoravamo tutti: io, mio fratello e le mie sorelle. Nessuno percepiva uno stipendio. Avevamo giusto i soldi per le spese. I soldi li gestiva mia madre. Se vedevamo un vestito che ci piaceva, dicevamo a mia madre: "Ho visto una bella gonna; costa 70.000 lire". Mia madre veniva e decideva se comprarla o meno. Perciò noi non spendevamo soldi. Niente spese, niente stipendio, e per comprare una gonna dovevamo chiedere a mamma. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

Anche quando si doveva ricorrere a dipendenti esterni alla famiglia, le imprese si rivolgevano in modo sostanzialmente esclusivo ad altri cinesi, tra conoscenti e persone presentate all'interno della rete di amici e parenti.

Da diversi anni gli imprenditori cinesi presenti in Italia non si limitano alla sola cerchia di contatti personali e al passaparola per reperire personale, ma fanno ricorso anche ad annunci di ricerca e offerta di lavoro. Tra le prime forme di pubblicità vi sono state inserzioni su alcuni giornali settimanali in lingua cinese pubblicati in Italia o l'affissione di annunci in negozi o in altri contesti a forte presenza o transito di cittadini cinesi.

Oggi il modo più comune è rappresentato dalle inserzioni sui siti internet in lingua cinese. Uno dei siti più usati dagli intervistati è [www.huarenjie.com](http://www.huarenjie.com), fondato nel 2006 dall'azienda Sinocom sarl e che attualmente copre diversi paesi europei. La pagina degli annunci di ricerca e offerta di lavoro contiene una sezione specifica per i lavori nell'ambito della ristorazione e dei bar. Al suo interno gli annunci sono ricercabili per posizione geografica (tra le cui scelte figura anche "Venezia e dintorni") e per le diverse mansioni.

Oggi il ricorso alla rete internet per reperire collaboratori appare una scelta obbligata per la maggior parte dei ristoratori e aspiranti dipendenti, ma diversi degli intervistati hanno espresso qualche perplessità sulla qualificazione professionale del personale reperibile attraverso questi canali. Praticamente tutti i cuochi che sono in Italia non parlano italiano. Lo parlano peggio di me. Perciò usano questi siti cinesi per cercare lavoro. (Luca Qian, 22/04/2015, Mestre)

Oggi per trovare dipendenti è comodo usare anche huarenjie.com e huarenwang.com. Possiamo mettere un annuncio su quei siti per trovare personale. (Albert Han, 24/06/2015, Padova).

Prima usavamo huarenjie.com, ora cerchiamo gente presentata da conoscenti. Perché le qualifiche necessarie per fare cucina cinese sono alte e se ci vengono presentati c'è maggiore garanzia. Molti di quelli che mettono annunci su huarenjie.com non sanno lavorare. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

La difficoltà a reperire collaboratori nella cerchia di connazionali e la particolare situazione lavorativa e sociale in Italia, ha portato alcuni ristoratori ad assumere anche collaboratori italiani o di altri paesi stranieri.

Siccome ora l'economia italiana non va bene, ci sono anche dei vantaggi. Ci sono tanti disoccupati e per trovare personale, cerchiamo italiani. Ecco come mai in questo ristorante ci sono dipendenti di altri paesi. Siccome il tasso di disoccupazione è alto, è facile trovare anche dipendenti di altri paesi e noi siamo disposti a fare formazione affinché imparino le tecniche di cottura cinesi. (Albert Han, 24/06/2015, Padova)

Dagli intervistati è stato possibile trarre alcune informazioni riguardo al trattamento economico e al tipo di soluzioni contrattuali con le quali vengono assunti i dipendenti nelle imprese cinesi di ristorazione.

*Quant'è lo stipendio di un capo cuoco?*

Va da 1.800 a un massimo 2.500 Euro.

*E quello di un cameriere?*

1.200-1.300 Euro. (Pietro Wu, 22/05/2015, Mestre)

*La casa la date voi?*

Diamo tutto. Prendono 1.500 Euro puliti, senza alcuna spesa. Anche la carta igienica gliela diamo noi. E poi mangiano le stesse cose che mangiamo noi. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Un elemento ricorrente nelle condizioni di impiego dei dipendenti cinesi è la messa a disposizione da parte del datore del lavoro anche dell'alloggio e del vitto, tipo di benefit che in genere non figura negli accordi con i dipendenti italiani e di altre nazionalità.

I titolari danno sempre vitto e alloggio a tutto il personale [cinese].... Con i dipendenti italiani non serve, perché hanno la loro abitazione e alla sera se ne tornano a casa. Si fa solo con i cinesi, in quanto hanno bisogno di un alloggio. (Silvia Li, 25/04/2015, Vicenza)

I dipendenti hanno, in genere, un giorno di riposo settimanale, mentre i titolari in molti casi tengono il locale aperto tutti i giorni, oppure lo chiudono solo per mezza giornata.

Il locale è sempre aperto. I dipendenti fanno un giorno di riposo a turno. Questo perché se hai un locale lo devi far lavorare e perciò dobbiamo fare così. Naturalmente il personale ha bisogno di un giorno di riposo. Penso che questa sia una cosa buona. (Silvia Li, 25/04/2015, Vicenza)

## 10. Le dinamiche delle forniture

Come visto nelle sezioni precedenti, gli iniziali adattamenti dell'offerta gastronomica dei primi ristoranti erano dovuti sia alla volontà di venire incontro ai gusti locali, sia alla disponibilità delle materie prime. L'arte culinaria cinese si è sviluppata in un contesto ben diverso da quello italiano, utilizzando una gamma di materie che non corrisponde a quella tradizionalmente reperibile in Italia e in Europa, e sviluppando modalità di trattamento e cottura molto diverse. La varietà dei piatti cinesi proposta, infatti, era limitata ai soli prodotti freschi reperibili presso i fornitori italiani. I prodotti secchi e i condimenti cinesi, invece, venivano comprati da importatori a Milano o in altri centri maggiori italiani.

[Moglie:] A Genova c'era un italiano. Ordinavamo tutto da lui. Aveva il glutammato, l'olio di sesamo, la birra [Marito:] Sì, c'erano tutte queste cose. Quando sono uscito io negli anni ottanta c'erano già gli spaghetti di soia e la birra ... [Moglie:] mi ricordo bene che all'inizio compravamo da un italiano.... [Moglie:] Poi molti cinesi hanno aperto a Milano ... Hanno iniziato a crescere dopo il 1985 [Marito:] Dal 1990 ha iniziato a essere una cosa normale. ... Anche adesso i prodotti cinesi li compriamo dai negozi cinesi a Milano. Invece le verdure le compriamo al mercato. [Moglie:] Le cose fresche le compriamo localmente. [Marito:] La carne fresca la compriamo qui. (Paolo e Stella Zhou, 29/04/2015, Mestre)

All'epoca si faceva cucina cinese.... Siccome i nostri prezzi erano abbastanza bassi, anche le materie prime erano di qualità comune. Il cavolo cappuccio era di quelli più economici. Il manzo lo compravamo in grandi pezzi surgelato. Anche il petto di pollo era surgelato, così come le anatre ... La qualità era in ogni caso era abbastanza buona ... All'epoca tutti i clienti erano italiani e anche i fornitori erano tutti italiani. Compravamo le cose da Cash & Carry. I prodotti cinesi li ordinavamo tutti da Milano, come ad esempio il riso, i vermicelli di riso, gli gnocchi di riso, la birra. Arrivava tutto da là. Ordinavamo la merce ogni una o due settimane. (Matteo Zheng, 15/06/2015, Vicenza)

Questa sistema, con l'approvvigionamento dei prodotti freschi da fornitori italiani e dei prodotti d'importazione cinese presso distributori cinesi, è rimasto sostanzialmente invariato. Come già indicato in queste due testimonianze, anche tutti gli altri intervistati acquistano le materie prime fresche da grossisti o dettaglianti locali.

Per la carne normalmente andiamo alla Metro. Hanno carne fresca e l'acquistiamo 2-3 volte alla settimana. (Giacomo Ma, 17/06/2015, Verona)

Le nostre materie prime sono fresche. È il minimo. Non usiamo pesce surgelato, ma solo fresco che compriamo alla Metro. I nostri prodotti sono tutti freschi, a parte i gamberi che non si trovano freschi (gamberetti e gamberoni) e l'anatra che compriamo surgelata. I polli, i petti di pollo, il maiale, il manzo, il pesce sono tutti freschi. Andiamo a comprarli settimanalmente. Non usiamo cose surgelate.... Non compriamo i polli scontrati che si trovano in giro. Usiamo solo polli della marca xxx. Anche il manzo, lo compriamo solo quello di questa marca. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

Preferiamo comprare [le materie prime] da italiani: dalla ditta Mara, dai grossisti di pesce di Chioggia. Ordiniamo e ci portano la merce.... Carne e pesce, le materie prime principali, preferiamo prenderli da fornitori italiani, perché la qualità è migliore, sono più freschi e li usiamo con maggiore tranquillità. Inoltre i grossisti cinesi in genere non forniscono queste cose.... Se arriva del pesce dalla Cina è pesce congelato. Se usassimo pesce congelato, quello che si trova in Italia costa già pochissimo e non c'è bisogno di importarlo in Cina. (Albert Han, 24/06/2015, Padova)

Pesce e gamberi naturalmente li compriamo freschi, la carne la compriamo qui. I condimenti e le spezie sono importati dalla Cina. (Marco Chu, 18/06/2015, Padova)

Per quanto riguarda la distribuzione e la vendita di prodotti alimentari cinesi dagli anni novanta vi sono stati degli sviluppi importanti. Innanzitutto vi è stato un aumento numerico dei negozi specializzati gestiti da cinesi nei centri principali e una loro diffusione sul territorio italiano. Attualmente ve ne sono anche in Veneto, concentrati in prossimità delle stazioni ferroviarie dei capoluoghi o altre zone con un forte transito di cinesi. Parte dei ristoratori intervistati dichiarano di rifornirsi nei negozi di alimentari cinesi presenti nella propria area. Molti, invece, per motivi diversi, preferiscono rifornirsi da grossisti cinesi a Milano o in altri paesi europei.

C'è un negozio di alimentari in via Piave. Passa ogni settimana con un camioncino che ci chiede di cosa abbiamo bisogno.... Possono venire due, tre volte alla settimana, mentre quelli di Milano vengono ogni due, tre settimane. Quindi preferiamo quelli di qui. (Pietro Wu, 22/05/2015, Mestre)

Compriamo dai grossisti cinesi ... Ce ne sono tanti vicino alla stazione ... In genere andiamo da xxx perché la figlia della titolare una volta faceva la cameriera da noi ... Poi la titolare è molto onesta e scrupolosa. (Giada Wei, 22/06/2015, Padova)

Salsa di soia, riso, sake, birra giapponese venivano tutti da Milano. Facevo uno o due ordini ogni mese. ... Là lavorano a livello industriale e hanno decine di camion che portano le merci in ogni parte d'Italia.

*E i negozi di alimentari cinesi in Veneto?*

I loro prezzi sono troppo alti. (Matteo Zheng, 15/06/2015, Vicenza)

Compriamo da un'azienda di Milano ... Chiamiamo una volta alla settimana per dire di cosa abbiamo bisogno e loro ce lo portano. (Lucia Chen, 17/06/2015, Verona)

La farina super fine bianca in Italia non si trova ... Si trova solo in Francia, importata dalla Cina. Poi dalla Francia arriva qui.... Ne compriamo in grandi quantità o poi lo suddividiamo. Anche per il nostro ristorante giapponese importiamo cose dalla Francia (i condimenti per la cucina giapponese) perché costano meno di qui. Facciamo gli ordini ogni mese e diciamo di quanta farina, spezie, pinne di pescecane, e di quali altre cose abbiamo bisogno. Sono tutte cose che importiamo dalla Francia. (Giacomo Ma, 17/06/2015, Verona)

Oltre ad essere cresciuti numericamente, i distributori di alimentari cinesi oggi hanno anche allargato la gamma di prodotti e oggi trattano varietà di ortaggi cinesi coltivati in Italia (in gran parte sconosciuti nella tradizionale produzione orticola tradizionale italiana). Nel corso dell'indagine è

stato rilevato che esistono diversi ortolani cinesi anche in molte province venete, alcuni dei quali vendono i propri prodotti nei mercati ortofrutticoli o li conferiscono a grossisti e rivenditori cinesi. Tali negozi, inoltre, trattano anche tagli di carne e frattaglie poco consumati sulle tavole italiane, acquistati da allevamenti e macelli locali.

Tranne un caso (il primo riportato sotto), i ristoratori toccati dall'indagine in genere non comprano direttamente dagli ortolani, ma sempre per il tramite dei rivenditori di alimentari cinesi.

Ci sono cinesi che fanno gli ortolani. Prendono in affitto il terreno e coltivano ortaggi.... Noi compriamo dai negozi di alimentari cinesi. Gli ortolani vendono gli ortaggi ai negozi, che poi ce li rivendono. (Giovanni Wang, 16/06/2015, Mestre)

Le compriamo nei negozi di alimentari cinesi. Non mi fiderei a comprarle direttamente dagli ortolani. Come mai? Semplice. Le verdure possono essere fresche o vecchie. Gli ortolani la prima volta mi danno una cassetta di verdure fresche e la seconda e terza volta mi danno quelle vecchie.... Non posso permettermi di controllare cassetta per cassetta o restare con il dubbio. Quando le compro al negozio di alimentari cinese qui vicino, se mi accorgo che la verdura non è fresca, gliela riporto in dietro. Se l'ortolano mi porta le verdure e poi se ne va, io poi a che la rendo? Chi vado a cercare? Serve una garanzia. (Alba Jiang, 22/06/2015, Padova)

## 11. Conclusioni

In Veneto dall'apertura del primo ristorante cinese a Venezia nel 1976 ad oggi, le imprese cinesi nel settore della ristorazione hanno avuto una continua crescita e, dai primi anni del 2000, hanno iniziato a differenziare la loro offerta gastronomica. Nel presente studio sono emersi diversi elementi relativi all'evoluzione delle tipologie di locali aperti e gestiti da cinesi e alle condizioni di *emplacement* che hanno determinato le strategie imprenditoriali dei cinesi presenti nella regione.

In Veneto, gli imprenditori cinesi hanno iniziato a insediarsi e ad aprire ristoranti in un secondo tempo rispetto alle principali città italiane e ad altri paesi europei, facendo costantemente riferimento a modelli già sperimentati in tali realtà. Anche la seguente espansione numerica di questi esercizi nella regione, portata dall'aumento dei connazionali che hanno intrapreso tale attività, è in gran parte avvenuta imitando i locali di maggiore successo già presenti sul territorio. Questa scarsa propensione alla sperimentazione e

conseguente preferenza per scelte ritenute più conservative e sicure, ha portato in più occasioni alla saturazione delle nicchie del mercato della ristorazione occupate dall'imprenditoria cinese. Tale situazione ha mostrato la propria fragilità nel 2003, quando la fobia dovuta all'epidemia della sars ha indotto una consistente parte della clientela italiana a disertare i ristoranti cinesi e ha costretto molti imprenditori a cercare sbocchi alternativi.

Alcuni ristoratori si sono indirizzati verso forme di imprenditoria mimetica, nelle quali l'etnia dei titolari e dei lavoratori viene celata o dissimulata. Molti hanno aperto ristoranti giapponesi o di cucina fusion, verso i quali la clientela italiana si è rivelata particolarmente ricettiva. Anche in tale settore, i locali aperti in Veneto copiano e moltiplicano modelli già esistenti in altri contesti geografici italiani e stranieri e oggi vi sono molti locali con offerte gastronomiche identiche che si fanno concorrenza.

Un'altra opportunità colta dai ristoratori cinesi è l'espansione del mercato etnico, che ha portato all'apertura di locali rivolti a una clientela prevalentemente cinese. A tal riguardo, in Veneto si sono delineate due aree di particolare interesse, che dimostrano la grande capacità degli imprenditori cinesi di sfruttare le risorse imprenditoriali co-etniche con la struttura di opportunità e le specificità del contesto economico e geografico della regione.

Un caso è rappresentato dalla crescita dei ristoranti che servono piatti tradizionali cinesi nella città di Padova, in particolare concentrati vicino ai centri all'ingrosso della zona industriale o nei pressi della stazione ferroviaria. Questi locali offrono sia un servizio di ristorazione quotidiana per i commercianti che lavorano nelle vicinanze, sia spazi e servizi di ristorazione per i matrimoni e gli altri eventi della vita sociale della comunità cinese residente.

Un'altra nicchia del mercato della ristorazione nel quale si sono inseriti con grande successo gli imprenditori cinesi è la fornitura di pasti per le comitive di turisti cinesi in visita alla città di Venezia. Questi locali sono concentrati nella zona di Mestre dove possono intercettare e ospitare i gruppi che si spostano con gli autobus. Le modalità operative di queste imprese, dimostrano una forte capacità di interfacciare le risorse locali con il mercato del turismo cinese, grazie a contatti diretti con gli operatori del settore in Cina.

Inoltre, dalla presente ricerca è emerso che la crescita numerica dei residenti cinesi e dei ristoranti rivolti alla clientela cinese, e il parallelo aumento della richiesta di prodotti freschi o importati speciali, sta avendo una ricaduta anche sulla catena delle forniture, nella quale si sta rafforzando la presenza dell'imprenditoria cinese.



## Bibliografia

- Aldrich H. E., Waldinger R. (1990), "Ethnicity and Entrepreneurship", *Annual Review of Sociology*, 16, pp. 111-135.
- Ang I. (1993), "To Be or Not to Be Chinese: Diaspora, Culture and Postmodern Ethnicity", *Southeast Asian Journal of Social Science*, 21 (1), pp. 1-17.
- Barbas S. (2003), "'I'll Take Chop Suey': Restaurants as Agents of Culinary and Cultural Change", *Journal of Popular Culture*, 36 (4), pp. 669-686.
- Bestor T. (2000), "How Sushi Went Global." *Foreign Policy*, Nov./Dec., pp. 54-62.
- Bragato S., Canu R. (2006), *Imprenditoria straniera e scambi commerciali. Oltre la Cina*, Coses, Venezia.
- Cardano M. (2003), *Tecniche di ricerca qualitativa: percorsi di ricerca nelle scienze sociali*, Carocci, Roma.
- Cassarino J.-P. (2008), "Conditions of Modern Return Migrants – Editorial Introduction", *International Journal on Multicultural Societies*, 10 (2), pp. 95-105.
- Ceccagno A. (2003), "New Chinese Migrants in Italy", in Frank Laczko, *Understanding Migration between China and Europe, Special Issue of International Migration*, 41 (3), pp. 187-213.
- Ceccagno A. (2014), "The Mobile Emplacement: Chinese Migrants in Italian Industrial Districts", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, DOI: 10.1080/1369183X.2014.967755.
- Chang K. C. (a cura di) (1977), *Food in Chinese Culture: Anthropological and Historical Perspectives*, Yale University Press, New Haven.
- Cologna D. (a cura di) (2003), *Asia a Milano. Famiglie ambienti e lavori delle popolazioni asiatiche a Milano*, Abitare Segesta, Milano.
- Cologna D. (2008), "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in Cima R. et al. (a cura di), *Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà*, Edizioni dell'Orso, Torino.
- Cwierotka K. J. (2001), "Japanese Food in Holland: The Global Trend Spreads", *Food Culture* 3, pp. 15-19.
- Davino A. (2013), *La comunità cinese di Trieste*, Edizioni Università di Trieste, Trieste.
- Ebster C., Guist I. (2005), "The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants", *Journal of Foodservice Business Research*, 7 (2), pp. 41-52.
- Kloosterman R. C., van der Leun J., Rath J. (1999), "Mixed Embeddedness: (In)Formal Economic Activities and Immigrant Businesses in The Netherlands", *International Journal of Urban and Regional Research*, 23 (2), pp. 252-265.
- Kabadayi S., Lerman D. (2011), "Made in China but Sold at FAO Schwarz: Country-of-Origin Effect and Trusting Beliefs", *International Marketing Review*, 28 (1), pp. 102-126.

- Laczko F. (2003), "Introduction: Understanding Migration between China and Europe", in Laczko F., *Understanding Migration between China and Europe, Special Issue of International Migration*, 41 (3), pp. 5-19.
- Leung M. W. H. (2002), "From Four-Course Peking Duck to Take-away Singapore Rice", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8 (1/2), pp. 134-147.
- Lu S., Fine G. A. (1995), "The Presentation of Ethnic Authenticity: Chinese Food as a Social Accomplishment", *The Sociological Quarterly*, 36 (3), pp. 535-553.
- Martinelli A. (2004), "Imprenditorialità etnica e società multiculturale", in Chiesi A., Zucchetti E. (a cura di), *Immigrati imprenditori. Il contributo degli extra-comunitari allo sviluppo della piccola impresa in Lombardia*, Egea, Milano.
- McDonald S., Gan B. C., Fraser S. S., Oke A., Anderson A. R. (2015), "A Review of Research Methods in Entrepreneurship 1985-2013", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21 (3), pp. 291-315.
- Osservatorio regionale sull'Immigrazione (a cura di) (2005), *Immigrazione straniera in Veneto. Rapporto 2005*, Franco Angeli, Milano.
- Osservatorio regionale sull'Immigrazione (a cura di) (2008), *Immigrazione straniera in Veneto. Rapporto 2008*, Franco Angeli, Milano.
- Pieters J. N. (2003), "Social Capital and Migration. Beyond Ethnic Economies", *Ethnicities*, 3 (1), pp. 5-34.
- Pitrone M. C., Martire F., Fazzi G. (a cura di) (2012), *Come ci vedono e ci raccontano: rappresentazioni sociali degli immigrati cinesi a Roma*, Franco Angeli, Milano.
- Quattrocchi P. (2005), *La comunità cinese a Trieste. Dinamiche imprenditoriali tra ristoranti e «pronto moda»*, Quaderni del Dipartimento di Economia, Società e Territorio, 55 (5), Università di Udine, Udine.
- Redi F. (1997), "Bacchette e forchette: la diffusione della cucina cinese in Italia", *Mondo cinese*, 95, pp. 41-67.
- Roberts J. A. G. (2002), *China to Chinatown. Chinese Food in the West*, Reaktion Books, London.
- Smelser N. J., Swedberg R. (a cura di) (2005), "Introducing Economic Sociology", in *The Handbook of Economic Sociology*, Princeton University Press, Princeton, pp. 3-25.
- Volery T. (2007), "Ethnic Entrepreneurship: A Theoretical Framework", in Dana L. P. (a cura di), *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship: a Co-evolutionary View on Resource Management*, Edward Elgar, Northampton, pp. 30-41.
- Waldinger R., Aldrich H., Ward R. (1990) "Opportunities, Group Characteristics, and Strategies", in Waldinger R., Aldrich H., Ward R., *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Sage, Newbury Park, pp. 13-48.

- Wood N. T., Muñoz C. L. (2007), "'No rules, just right' or is it? The Role of Themed restaurants as Cultural Ambassadors", *Tourism and Hospitality Research*, 7 (3/4), pp. 242-255.
- Wu B., Sheehan J. (2011), "Globalization and Vulnerability of Chinese Migrant Workers in Italy: Empirical Evidence on Working Conditions and their Consequences", *Journal of Contemporary China*, 20 (68), pp. 135-152.
- Zanin V., Wu B. (2009), *Profili e dinamiche della migrazione cinese in Italia e nel Veneto*, Coses, Venezia.