

*Rassegna Stampa***Corriere della Sera > 3 - marzo - 2008****» | Redditi e consumi** Aumenta la «forbice» tra ricchi e poveri

Un decimo dei milanesi con il 40% della ricchezza

Non solo cilecio dei consumi e vanità mortificate. Per una certa fascia di popolazione Milano è ancora lusso, benessere, ricchezza.

«La forbice tra ricchi e poveri si è allargata», ripetono i sociologi. «Un decimo dei milanesi gode del 40 per cento della ricchezza prodotta in città», stimava nei giorni scorsi il sociologo Enrico Finzi. E così si spiegano alcuni «fenomeni». Come la quarantina di Ferrari abbonate al parcheggio di via Borgospesso, nel Quadrilatero della moda. O il boom delle residenze di lusso. Che, secondo Marco Tirelli, dell'immobiliare Tirelli & Partners, hanno solo un difetto: «Sono troppo poche per soddisfare una domanda che non si pone limiti di budget quando trova un immobile che fa davvero sognare».

Trovare indicatori capaci di rappresentare la Milano che può spendere

senza limiti non è facilissimo. Se non altro perché i redditi dichiarati all'agenzia delle entrate non sempre corrispondono a quelli reali. Un parametro interessante sono le rette pagate per l'iscrizione dei bambini agli asili del Comune.

La quota di coloro che sono inseriti nella fascia di reddito più alta e, di conseguenza, pagano la quota massima è in crescita. Dal 72,85 per cento delle famiglie nell'anno scolastico 2005/2006 al 74,47 per cento del 2006/2007. Nello stesso periodo in

I commercianti

«Innegabile che si sente un'aria di crisi, ma i consumi di lusso tengono anche se si tende a non ostentare la ricchezza»

leggero aumento anche chi, all'estremo opposto, ha avuto diritto alla frequenza del tutto gratuita (dallo 0,50 allo 0,75 per cento).

Chi ha il polso della situazione nel Quadrilatero della moda è Claudia Buccellati, presidente dell'associazione di via Montenapoleone. «Che aleggi un vento di crisi è innegabile. Ma i consumi di lusso tengono, nonostante tutto», tira le somme la titolare di uno dei più prestigiosi marchi cittadini nel campo della gioielleria.

Qual è l'identikit dei milanesi che

Gli immobiliari

«Il mercato delle case di lusso continua a crescere: forte la domanda che non ha limiti di budget, ma manca l'offerta»

continuano ad allargare il portafogli? «Si tratta di una borghesia amante del lusso non ostentato che definire milanese è ormai limitativo visto che per cultura, lavoro e interessi è sempre più proiettata su un piano di relazioni internazionale», risponde Buccellati. Per quanto riguarda i gusti, ormai da quindici anni la parola d'ordine è «non ostentare mai, nemmeno sotto tortura».

Sia chiaro, non stiamo parlando dei clienti tipo che si aggirano in via Montenapoleone di sabato pomeriggio, più per farsi notare che per altro. Queste sono persone che non comprano una griffe per acquisire status sociale. E' gente che bada alla qualità intrinseca del prodotto. Poco soggetta alle mode e molto esigente». Morale: «Con loro non si può barare».

Rita Querzé