



La città

# Da Apple a Uniqlo gli stranieri alla conquista del miglio d'oro

È tra San Babila e Cordusio: i grandi marchi internazionali dagli americani ai giapponesi scelgono Milano come primo approdo in Italia

ORIANA LISO

Dall'America al Giappone, attraverso i grandi marchi internazionali che, ormai, hanno scelto Milano come primo approdo in Italia e, in alcuni casi, in Europa. Perché dopo Starbucks, nei prossimi mesi arriveranno nel miglio d'oro compreso tra San Babila e Cordusio altri due negozi che, di solito, sono indirizzi fissi dello shopping degli italiani a New York o nelle grandi capitali europee.

L'annuncio è arrivato ieri, dopo un weekend di grande basket americano in piazza Duomo: aprirà in Galleria Passarella il primo punto vendita europeo della Nba, la lega della pallacanestro Usa. L'obiettivo è quello di inaugurare il negozio già a Natale, riproponendo a Milano lo stile del megastore sulla Quinta Strada, con un negozio multipiano in cui sarà in vendita tutto il merchandising ufficiale della Nba, dalle divise dei giocatori di tutte le squadre ai palloni autografati. Un annuncio che, per gli appassionati di basket, vale oro: oltre

alle sedi americane, l'ultimo Nba store è stato aperto nello scorso gennaio in Qatar.

Arriverà invece in primavera un altro marchio che i turisti italiani a New York trovano sempre sulla Fifth Avenue, o nel quartiere dell'Opéra a Parigi, come a Berlino, Barcellona e, ovviamente, nel paese d'origine, il Giappone. È Uniqlo, catena di abbigliamento diventata famosa per i piumini ultraleggeri e il cachemire a prezzi più contenuti della media. Il nuovo indirizzo sarà piazza Cordusio 2, nel palazzo di

inizio Novecento che, sotto la gestione del gruppo Hines Italy, è in corso di riqualificazione da parte di F&M Ingegneria e Park Associati, con un progetto che vedrà sia una parte commerciale che una a uso uffici. Sarà, idealmente, la prosecuzione del processo di riqualificazione – e di commercializzazione selvaggia, accusano i critici – di piazza Cordusio, dopo l'arrivo di Starbucks, la scorsa settimana, che ha avuto così tanta eco da scomodare anche un vicepremier: Matteo Salvini, che in un tweet ha decretato che «due ore di coda per bere un caffè non le faccio nemmeno se mi pagano», mentre altri politici (da Giorgia Meloni a Silvia Sardone) sono riusciti a mettere assieme l'orgo-



glio italiano («Come si fa a preferire il loro caffè al nostro?) e le polemiche sull'immigrazione («Starbucks sbarca in Italia e vuole assumere immigrati»).

Chissà se anche sullo spazio davanti a Uniqlo ci saranno polemiche: di sicuro, per adesso, c'è chi critica la "privatizzazione" del marciapiede davanti alla caffetteria americana, occupato da dehor in ferro battuto e piante. E chissà se ci saranno altre polemiche quando Starbucks aprirà, entro aprile, altre quattro sedi – più piccole, e con tutta la scelta classica tra frappuccini e Chai tea – in città. Una di queste sarà quasi alla fine del miglio d'oro, in piazza San Fedele, vicino a un altro dei nuovi arrivi dagli Usa. A inizio mese qui ha aperto Five Guys, catena fast food americana – senza mezze misure, visto che dal menù ai cartelli, nel locale, è tutto scritto in inglese –

che, anche in questo caso, ha scelto Milano per lo sbarco in Italia, andando a piazzarsi non lontano dai giganti dell'hamburger, come McDonald's, che ormai, visto il proliferare di catene più o meno grandi, potrebbero quasi rientrare tra i locali tipici.

Non tutti i grandi marchi americani che – fino a qualche anno fa – sembravano dover sbancare in Italia sono andati bene (è il caso di Banana Republic, che aveva ristrutturato gli spazi dello storico palazzo disegnato da Bbpr in corso Vittorio Emanuele per il suo unico store italiano, e ha chiuso lo scorso anno), ma la tendenza a piazzare una bandierina in Italia partendo da Milano sembra ormai consolidata. E la scelta cade sul cannocchiale tra San Babila e il Castello, dove si stanno sviluppando anche progetti di riqualificazione di uffici,

come quello del palazzo tra corso Vittorio Emanuele II e corso Europa (costruito negli anni Cinquanta da Gio Ponti) che si trasforma nel San Babila business

center.

Alla fine, così, sembra quasi già digerita l'apertura dell'Apple store in piazza Liberty, a fine luglio. Tra polemiche per l'occupazione della piazza con il grande parallelepipedo di vetro e acqua e il dibattito sulla trasformazione dei luoghi di cultura tradizionale – il cinema Apollo – in megastore, la transizione è in atto.

E Apple, per tentare di superare le critiche di chi non si fa bastare una piazza tra le più instagrammate, ci sta provando anche con un calendario di iniziative culturali, dai laboratori musicali e creativi ai tour fotografici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I punti



### Le nuove aperture in pieno centro

- 1 Il basket**  
Tra la fine dell'anno e l'inizio del 2019 arriva in Galleria Passarella il primo punto vendita europeo della Nba, la lega basket americana
- 2 L'abbigliamento**  
In primavera si inaugura in piazza Cordusio il megastore Uniqlo, marchio giapponese famoso per piumini e cachemire low cost
- 3 Il cibo**  
Negli stessi giorni hanno aperto la Roastery di Starbucks in piazza Cordusio e il fast food Five Guys in corso Vittorio Emanuele



La nuova sede di Starbucks e, in basso da sinistra, la catena di fast food Five Guys e lo store di Apple