

Sint spa per CCIAA di Torino

CARATTERISTICHE ED ESIGENZE DEGLI IMMIGRATI IMPRENDITORI ISCRITTI ALLA CCIAA DI TORINO

Indagine esplorativa qualitativa

Rapporto di ricerca

Giugno 2008

S.IN.T. S.p.A.

via Bertola 34 • 10122 Torino
tel. (+39) 011 8176511
fax (+39) 011 8176599
www.sint.it • info@sint.it
Capitale sociale € 1.000.000,00
P.IVA/CF e iscrizione al Registro
delle Imprese di Torino 02982830016



Indice

Premessa

1. Considerazioni introduttive

1.1. Alcuni aspetti di metodo

1.2. La traccia dell'intervista e le parti del rapporto

2. La realtà degli imprenditori stranieri nella provincia di Torino. Una prospettiva comparata

3. Le caratteristiche degli intervistati e delle imprese considerate

4. Dall'idea originaria all'impresa concreta

5. Bisogni e problemi

5.1. Le aree burocratico-amministrativa e di gestione della iniziativa imprenditoriale

5.2. L'area delle risorse umane

6. Considerazioni conclusive

6.1. Conferme

6.2. Questioni aperte

Appendice. Questionario/traccia di intervista a imprenditori stranieri comunitari ed extracomunitari

Premessa

Il presente rapporto di ricerca intende contribuire ad aggiornare l'insieme delle indagini condotte sulle attività gestite da imprenditori stranieri nel territorio della provincia di Torino, compresa ovviamente l'area metropolitana, la quale anzi ha costituito di fatto il principale terreno di riferimento del presente monitoraggio.

Come anticipato nel progetto di ricerca, si è cercato di differenziare l'insieme degli imprenditori stranieri distinguendo idealmente tra quelli che già da alcuni anni sono operativi in Italia e i neo-imprenditori, cercando, in secondo luogo e nella misura del possibile, di mettere a fuoco alcune caratteristiche peculiari dell'imprenditoria femminile, una realtà data come in crescita. Entrambi questi fenomeni sono in qualche modo legati – in entrata, cioè a monte – al rapporto che lega la nuova imprenditoria immigrata ai processi di ricongiungimento familiare e – in uscita, cioè a valle – ai progressi compiuti dal processo di integrazione. Quest'ultimo, a sua volta, certamente beneficia tanto di una imprenditoria sempre più "aperta", cioè non etnicizzata sui versanti del tipo di attività e del tipo di clientela, quanto dei contributi offerti nelle microinterazioni sociali dalla presenza femminile.

Il lavoro presenta quindi due obiettivi gerarchicamente ordinati. L'obiettivo intermedio è quello venire a contatto diretto con questi soggetti allo scopo di approfondire l'origine e la natura delle loro esigenze in quanto appunto imprenditori. Rispetto a ciascuna di tali aree emergono infatti una serie di bisogni che, nel loro insieme, costituiscono il nucleo dell'oggetto della presente indagine. L'obiettivo finale è invece quello fornire elementi utili a ipotizzare e formulare eventuali possibili soluzioni a tali bisogni, nonché criteri per la loro erogazione.

L'insieme dei bisogni sono indicativamente riconducibili a tre aree:

- a. area dei bisogni e dei servizi inerenti l'area burocratico-amministrativa;

- b. area dei bisogni e dei servizi inerenti l'area della gestione dell'iniziativa imprenditoriale (ricerca dei clienti, fornitori, del posizionamento della concorrenza, del recupero crediti, ecc.);
- c. area dei bisogni e dei servizi inerenti la gestione delle risorse umane (reclutamento e formazione personale)

1.

Considerazioni introduttive

1.1. Alcuni aspetti di metodo

Quanto presentiamo in questo rapporto costituisce l'insieme delle più significative risultanze empiriche emerse dalla indagine condotta su una piccola porzione della popolazione degli imprenditori stranieri nella provincia di Torino. Nell'impostare la ricerca si è ritenuto di adottare un approccio il più possibile rigoroso, ritenendo però che ciò non dovesse necessariamente implicare l'adozione di uno stile e di un *modus operandi* di tipo accademico.

È parso anzi che potesse costituire un valore aggiunto il fatto che il soggetto della ricerca condividesse in ultima istanza la stessa natura socio-economica dell'oggetto della ricerca: seppur nel suo piccolo, infatti, questa indagine scopre la propria specificità proprio nel fatto che attraverso di essa avviene che un'impresa studia delle altre imprese, che il lavoro dell'imprenditore è osservato ponendosi dalla prospettiva di altri imprenditori.

L'interesse dell'impresa per questa indagine non è lo stesso del ricercatore universitario e le finalità della ricerca sono soltanto in parte sovrapponibili.

Una delle conseguenze di ciò consiste nel fatto che nella presente indagine la fase della discesa sul campo consistente in sostanza nella realizzazione di interviste *face to face* a imprenditori, non è stata impostata sulla base del concetto di "campione". Nella scelta degli intervistati, cioè, non si è seguito in senso stretto il criterio della rappresentatività rispetto alla popolazione degli imprenditori stranieri della provincia di Torino.

Procedendo con la selezione dei soggetti si è deciso di non considerare alla stregua di esigenza primaria il fatto di operare una selezione degli intervistati secondo criteri di proporzionalità rispetto alla nazionalità degli imprenditori e all'attività svolta, ovvero al tipo di impresa, né, infine,

rispetto alla differenza di genere. Trattandosi infatti di una indagine di tipo qualitativo con finalità soltanto esplorative, si è preferito curare il più possibile l'approccio con l'intervistato al fine di mettere quest'ultimo nelle condizioni di declinare il colloquio nei termini dell'intervista in profondità e della storia di vita.

Questa scelta operata a monte ha reso indispensabile che si procedesse nella selezione degli imprenditori in base alla disponibilità di soggetti intermediari disponibili che fossero legati ai possibili intervistati non semplicemente da rapporti di fiducia, bensì anche da rapporti di sincera stima e in alcuni casi anche di amicizia. A questi intermediari è stato quindi richiesto di farsi personalmente portatori presso gli imprenditori stranieri della nostra richiesta di rendersi disponibili a un'intervista inerente lo specifico della loro attività professionale letta però all'interno della loro più ampia vicenda personale, con la disponibilità a fornire anche elementi e riflessioni inerenti quest'ultima.

Ci è sembrato che questa scelta, in forza dell'approccio seguito, potesse aumentare le probabilità di conseguire un risultato originale: si è cercato quindi di far parlare gli intervistati della propria impresa e di se stessi come imprenditori inserendo però questo discorso in un racconto di vita che consentisse di meglio comprendere l'imprenditore assumendo il più possibile *in toto* il punto di vista dell'uomo o della donna che di fatto lo incarna.

Tutto ciò è supportato dal fatto che, da un lato, la metodologia qualitativa adottata si rivela particolarmente funzionale a questo genere di operazione e che, dall'altro lato, il carattere esplorativo della ricerca rende in qualche modo tale scelta addirittura auspicabile.

Con il senno di poi possiamo dire che si è trattato di una decisione felice, sia perché a non pochi degli intervistati è sorta spontaneamente l'esigenza di parlare di sé al fine di poter meglio parlare della propria impresa; sia perché laddove tale richiesta è stata formulata – magari implicitamente – dall'intervistatore, essa è stata sempre bene accolta ed ha inesorabilmente finito per aiutare l'intervistato a rendere ragione in modo più

efficace, completo e consapevole anche della sua esperienza di imprenditore.

I soggetti intermediari sono stati individuati attraverso conoscenze dirette e indirette dei ricercatori: in alcuni casi gli intermediari sono stati naturalmente dei concittadini degli imprenditori (parenti o conoscenti dell'imprenditore); ma più spesso si è trattato invece di cittadini italiani che per motivi diversi hanno instaurato un rapporto di fiducia e di amicizia con i soggetti interessati, vuoi perché clienti dell'impresa, vuoi perché legati da buoni rapporti di vicinato, vuoi perché professionisti che, per la loro stessa attività hanno a loro volta dovuto interagire con imprenditori stranieri.

Questo ultimo tipo di canale, in particolare, ha consentito di contattare la maggioranza assoluta degli intervistati: in questo caso gli intermediari sono stati una ricercatrice universitaria specializzata nelle indagini sociologiche sulla popolazione immigrata comunitaria ed extracomunitaria e un impiegato quadro della Provincia di Torino anch'esso forte di una notevole esperienza nel settore, in quanto direttamente impegnato proprio nell'ambito del progetto Mip.

Il rapporto e i colloqui – peraltro reiterati benché informali – con i soggetti intermediari ha inoltre costituito un utile momento di sintesi e di confronto, trattandosi spesso di testimoni privilegiati della vicenda umana e imprenditoriale dei soggetti intervistati.

In totale sono stati intervistati venti imprenditori stranieri (in particolare dodici interviste *face to face* e sei interviste telefoniche); a queste interviste ne vanno aggiunte altre due (per un totale di ventidue interviste), condotte in modo più informale ma ugualmente mirato, a due soggetti scelti tra i soggetti intermediari: si tratta degli operatori – italiani – che, in forza della esperienza maturata nel loro contesto lavorativo¹ nonché delle conseguenti reti di rapporti con il mondo dell'imprenditoria immigrata nelle quali essi sono coinvolti. Questi due soggetti, oltre che come intermediari e punti di ingresso,

¹ Nella fattispecie, come già detto, una sociologa impegnata da anni nella ricerca sugli immigrati e un operatore della Provincia di Torino personalmente impegnato nel progetto Mip

sono stati utilizzati anche in veste di testimoni privilegiati e dunque in tale ottica intervistati.

Riteniamo quindi che si sia comunque riusciti nell'intento di coprire le principali macro-aree di provenienza degli imprenditori e quasi tutti i principali macro-settori nei quali tradizionalmente si concentra l'imprenditoria immigrata, aggiungendo però, al contempo, alcune professionalità che potrebbero quasi considerarsi "atipiche" in questo sottoinsieme o comunque di nicchia rispetto alla popolazione degli imprenditori stranieri².

Infine non poteva sfuggire ai curatori del presente rapporto la pubblicazione, soltanto pochi mesi orsono, nelle edizioni della CCIAA di Torino, di un dettagliato rapporto di ricerca inerente uno studio avente per oggetto proprio gli imprenditori immigrati della provincia di Torino, compreso il capoluogo³. Si tratta di un lavoro che, ponendosi peraltro in una soluzione di continuità con un'altra indagine analoga eseguita nel 2005, conferma una volta di più il dinamismo del fenomeno dell'imprenditoria straniera nella provincia di Torino, un dinamismo che va assunto nella sua duplice natura di mutamento e di varietà. Ragionando nei termini evocati dalla parola *mutamento*, si intende fare riferimento a quella peculiare caratteristica di questo fenomeno per cui esso si sviluppa e appunto muta nel tempo, rendendo appunto necessari periodici e attenti monitoraggi della situazione; ragionando invece nei termini evocati dalla parola *varietà* ci si riferisce in particolare al carattere di complessità e di poliedricità del fenomeno, che mostra la necessità di considerarlo ricorrendo alla varietà che i metodi di indagine possono offrire, ma anche alla diversità delle prospettive da cui è possibile porsi per osservarlo e comprenderne le dinamiche e le esigenze degli attori che lo muovono.

Come specificato in precedenza, la presente indagine osserva il fenomeno dell'imprenditoria straniera da una prospettiva aziendale; essa è quindi animata dall'interesse per la messa a fuoco delle problematiche e dei

² Su questo punto si rimanda al capitolo 2 del Rapporto.

³ CCIAA, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in provincia di Torino*, marzo 2008. A sua volta questa indagine prende le mosse da quella pubblicata tre anni orsono: CCIAA, *Imprenditori stranieri in provincia di Torino*, aprile 2005.

bisogni degli imprenditori stranieri, allo scopo di intervenire nel mercato come soggetto del mercato, attraverso la messa a punto e la proposta di servizi ad hoc destinati alla soluzione di quei problemi.

Anche alla luce di ciò è sembrato opportuno impostare l'indagine che qui presentiamo valorizzando maggiormente – come detto in precedenza – la componente più squisitamente qualitativa ed enfatizzando la ricostruzione della vicenda dell'impresa da ricavarci nella forma narrativa che si richiama alla metodologia della storia di vita; le interviste sono state quindi impostate in modo tale da consentire all'intervistato di ricostruire la propria vicenda personale nella quale si inserisce la sua avventura di imprenditore, pur partendo però da una traccia di intervista inerente in senso stretto la sua attività imprenditoriale.

Ciò ovviamente nell'intento di caratterizzare in modo il più possibile distintivo il presente lavoro e contemporaneamente nella speranza di poter offrire – nel nostro piccolo – un valore aggiunto rispetto a quanto la letteratura in materia ha finora fornito. Il lavoro pubblicato nelle edizioni CCIAA nella primavera scorsa, testimonia

1.2. La traccia dell'intervista e le parti del rapporto

Nel secondo capitolo si procede appunto a fornire una sintesi della situazione relativa all'imprenditoria immigrata nella provincia di Torino, analizzata anche alla luce di alcune comparazioni con un'altra area piemontese (in particolare la provincia di Biella) e con la situazione di alcune altre regioni e province italiane del centro-nord. Lo scopo di questa sezione è semplicemente quello di fornire una descrizione di carattere quantitativo (sulla base di dati secondari del fenomeno entro il quale si colloca l'oggetto della presente indagine, sebbene quest'ultima non possa vantare alcuna pretesa di esaustività e di rappresentatività rispetto all'intera popolazione delle imprese straniere di Torino e provincia.

Nel terzo capitolo vengono riportate le risultanze della prima sezione del questionario, inerente le caratteristiche degli imprenditori intervistati dal punto di vista sociodemografico ed etnico-culturale, nonché ovviamente, fornendo un primo profilo descrittivo minimale delle rispettive imprese.

Il quarto capitolo è stato dedicato alla seconda sezione del questionario, ovvero all'attività intesa innanzitutto come vicenda umana e professionale al contempo. Si tratta senza dubbio di uno degli aspetti che tradizionalmente si rivela di particolare interesse allorché si procede all'analisi di una giovane attività imprenditoriale, nella misura in cui consente di ripercorrerne lo stato nascente, ovvero il punto di inizio di quell'itinerario che, partendo dall'intuizione originaria, approda all'avvio concreto dell'attività con il conseguente ingresso di fatto nel mercato. Obiettivo di questo capitolo è anche quello di mettere in evidenza le principali difficoltà ed esigenze riscontrate dagli imprenditori nella fase di partenza, nonché le soluzioni e le strategie messe in atto per superare tali ostacoli.

Il quinto capitolo, prendendo le mosse dalla seconda sezione della traccia di intervista, si propone l'obiettivo di mettere a fuoco la situazione attuale dell'impresa. Di conseguenza considera le risultanze delle sezioni terza e quarta della traccia, riguardanti rispettivamente i piani per il futuro e le forme di risparmio e di investimento. Esso costituisce la continuazione naturale del discorso iniziato nel capitolo precedente, considerando il percorso dell'impresa così come è andato snodandosi nel tempo attraverso difficoltà, problemi e soluzioni, per approdare in qualche modo a una situazione di relativa stabilità caratterizzata dalla gestione dell'ordinario e dalla possibilità ad essa connessa di porre in essere una pianificazione maggiormente ragionata e strategica del futuro.

In conclusione, nel sesto capitolo, si traggono le somme di quanto emerso procedendo in tal senso anche in forza del confronto con la letteratura più recente in materia, alla ricerca di possibili conferme o smentite e soprattutto perseguendo l'obiettivo di isolare le questioni che si possono ritenere ancora aperte, potendo da esse eventualmente prendere le mosse in

vista di una ulteriore indagine questa volta di carattere quantitativo e confermativo.

2.

La realtà degli imprenditori stranieri nella provincia di Torino.

Una prospettiva comparata

Considerando nel loro insieme alcune delle più recenti indagini condotte in Italia – in particolare nel centro-nord – sugli imprenditori immigrati, il dato di fondo più generale che si evince, è che il loro numero aumenta con il crescere della presenza straniera sul territorio nazionale. In realtà si tratta di un fenomeno riscontrabile in questi termini anche a livello internazionale⁴. Non si tratta di un dato banale o scontato: esso in qualche modo è indice di un processo di integrazione che, sebbene attraverso difficoltà, va realizzandosi, con innegabili ricadute positive rispetto all'economia, direttamente e indirettamente.

Un contributo diretto si coglie ad esempio nella creazione di opportunità di lavoro, spesso colte e sfruttate proprio da altri immigrati, più comunemente connazionali dell'imprenditore; un contributo indiretto invece va ravvisato sia rispetto alla riduzione del fenomeno dell'abusivismo (con conseguente beneficio anche per l'erario pubblico) sia nella riduzione della criminalità, fenomeno questo almeno in parte legato alla disoccupazione; da ultimo e più in generale, l'imprenditoria immigrata senza dubbio si presenta come una realtà in grado di offrire un notevole e insostituibile contributo allo stesso processo di integrazione socio-culturale.

E tuttavia allorché si parla di imprenditoria immigrata si ha a che fare con un fenomeno vasto e variegato e questo è sempre più vero nella provincia di Torino caratterizzata ormai da un "dinamismo economico della componente immigrata della popolazione superiore alla media nazionale e in rapido avvicinamento a quello della metropoli milanese", per cui "le quasi

⁴ CCIAA, *L'immigrazione che intraprende*, op. cit., pp. 11-15.

10.000 ditte individuali con titolare extracomunitario formano l'8% del totale e risultano più che triplicate rispetto al 2000⁵.

A completamento di questi dati, aggiornati al 2006, riportiamo le due tabelle (tabb. 1 e 2) proposte nell'annuario statistico regionale del 2008, che mostra un aumento significativo del numero di tali imprese nel 2007 rispetto al 2005, sebbene a fronte di una leggera flessione rispetto appunto all'anno 2006, durante il quale si è toccato quello che al momento rimane il punto di massimo rispetto al numero totale di imprese straniere.

Tab. 1 – *Imprenditori extracomunitari in imprese registrate in Piemonte per settore di attività economica – Anni 2005-2007*

Settori di attività economica	2007	2006	2005
Agricoltura, caccia e pesca	543	595	568
Estrazione di minerali	6	6	5
Industrie alimentari e del tabacco	791	710	554
Industrie tessili	99	108	113
Confezione articoli vestiario	287	288	267
Preparazione e concia cuoio	28	25	26
Industria del legno e prodotti in legno	97	116	111
Produzione di carta	18	19	20
Editoria e stampa	90	91	93
Fabbric. coke, raffinerie, combust. Nucleari	0	1	3
Prodotti chimici e fibre sintetiche	43	38	33
Gomma e plastica	93	106	105
Lavorazione minerali non metalliferi	76	69	72
Produzione di metalli e loro leghe	21	20	18
Fabbric. e lav. prod. metallo, escl. Macchine	595	654	562
Fabbricazione macchine	257	274	269
Fabbric. macchine per ufficio, elaboratori	18	14	17
Fabbricazione macchine e apparati elettr.	116	125	107
Fabbricazione appar. radiotel. e per comunic.	32	34	33
Fabbricazione appar. Medicali	76	81	77
Fabbricazione autoveicoli	69	82	85
Fabbricazione di altri mezzi di trasporto	21	42	29
Fabbricazione mobili e manifatturiero vario	171	190	191
Riciclaggio	14	15	13
Energia elettrica, gas e acqua	24	27	23
Costruzioni	6.221	8.316	6.914
Commercio	9.389	9.013	7.913
Alberghi e ristoranti	1.866	1.788	1.654
Trasporti	1.323	1.402	1.331
Intermediazione monetaria e finanziaria	237	244	229
Altri servizi	3.558	3.626	3.372
Imprese non classificate	1.934	1.954	1.922
Totale	28.113	30.073	26.729

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View (Aggiornamento maggio 2008)

⁵ Cfr. Ivi, p. 16.

Tab. 2 – Imprenditori extracomunitari in imprese registrate in Piemonte per attività economica e nazionalità – Anno 2007

	Agricoltura caccia e pesca	Industria manifatturiera	Costruzioni	Commercio e pubblici servizi	Altre attività	Imprese non classificate	Totale
Marocco	26	489	1.395	3.857	830	354	6.951
Albania	46	182	2.328	287	217	118	3.178
Svizzera	121	302	179	466	612	167	1.847
Cina	7	258	39	1.497	77	81	1.959
Argentina	42	173	152	350	354	105	1.176
Tunisia	11	130	422	371	228	84	1.246
Senegal	4	48	33	868	77	20	1.050
Nigeria	6	66	21	619	237	70	1.019
Egitto	3	211	244	152	173	66	704
Brasile	15	94	204	152	150	47	491
Serbia e Montenegro	15	85	125	171	139	44	579
Libia	14	76	52	152	150	47	491
Stati Uniti d'America	19	117	14	91	175	43	459
Etiopia	5	38	27	81	165	38	354
Non classificate	195	669	881	1.810	1.446	520	5.521
Totale	529	2.938	6.116	11.063	5.039	1.872	27.557

Fonte: InfoCamere, banca dati Stock View (Aggiornamento maggio 2008)

3. Le caratteristiche degli intervistati e delle imprese considerate

Come anticipato nella parte introduttiva, una indagine di tipo qualitativo non solo non è necessariamente chiamata a soddisfare il criterio della rappresentatività, ma anzi, qualora lo si ponesse tra gli obiettivi, ben difficilmente esso sarebbe realmente raggiungibile e ciò proprio in forza della natura propria di una indagine qualitativa. E tuttavia i soggetti intervistati – per un totale di venti individui – è obiettivamente vario da entrambi i punti di vista.

In particolare, per quanto concerne le macro aree geografiche di riferimento e la nazionalità specifica, la situazione è la seguente:

- tre sudamericani, tutti peruviani (due donne);
- sette asiatici, di cui: un iraniano, due cinesi, tre filippini (due donne), un indiano;
- 4 africani, di cui: un marocchino, un tunisino e due senegalesi;
- sei dall'Europa orientale, di cui: quattro rumeni (due donne), due albanesi.

Analogamente rispetto al settore economico e allo specifico tipo di attività, il quadro degli intervistati corrisponde a quanto segue:

- tre imprenditori dal settore dell'artigianato/edilizia;
- quattro imprenditori dal settore del commercio, di cui, tra gli altri: un gioielliere e un venditore di tappeti persiani;
- sei imprenditori dal settore della ristorazione, di cui, tra gli altri: due (uno cinese e un altro albanese) titolari ciascuno di una catena di bar;
- nove imprenditori dal settore dei servizi, di cui tra gli altri: un intermediario immobiliare, un consulente per il disbrigo di pratiche amministrative e un consulente informatico, il resto dai settori delle pulizie e della cura.

Rispetto a questo gruppo è fatta salva la possibilità di differenziare i soggetti nei due sottoinsiemi degli imprenditori già presenti sul mercato da un periodo di tempo medio-lungo (ad esempio dieci anni fa) e invece di nuovi imprenditori. Si ritiene, cosa peraltro precisata nel progetto di ricerca e richiamata brevemente nelle premesse del presente rapporto – che a un tipo di immigrazione finalizzata a obiettivi di carattere più spiccatamente economico, si vada aggiungendo un tipo di immigrazione orientato a realizzare soprattutto obiettivi inerenti la composizione e ricomposizione di nuclei relazionali, *in primis* il ricongiungimento familiare. Questo secondo aspetto del fenomeno migratorio, sarebbe in grado di imprimere una connotazione differente anche al profilo delle attività imprenditoriali straniere, o almeno ad una parte consistente di esse, diversificandone insieme alla organizzazione interna, anche la struttura delle rispettive esigenze e bisogni.

Nel caso della presente indagine abbiamo ritenuto fosse importante, nella misura del possibile, includere anche soggetti che già da molti anni operano nel mercato italiano come imprenditori, essendo emigrati nel nostro Paese in tempi in cui l'immigrazione straniera non era nemmeno lontanamente valutabile alla stregua di un fenomeno rilevante rispetto alle conseguenze che esso era in grado di generare a livello socio-culturale e sul mercato. In particolare abbiamo individuato quattro imprese ascrivibili a questo gruppo, ovvero avviate almeno quindici anni orsono; in due casi è stato possibile intervistare il fondatore, mentre in altri due casi ad essere intervistati sono stati i parenti più giovani – a loro volta imprenditori – che gestiscono in parte o del tutto l'impresa fondata precedentemente dai familiari e che sono diventati a loro volta imprenditori: è questo il caso, ad esempio, del giovane imprenditore cinese titolare di un bar-ristorante appena rilevato da un gestore italiano, ed entrato con ciò a far parte della catena di ristorazione creata negli anni passati dal padre, immigrato in Italia sul finire degli anni settanta.

Situazione pressoché analoga – tranne che per il fatto di non avere ereditato l'impresa dal padre ma di esserne lui il fondatore – per quanto concerne l'imprenditore albanese proprietario di una catena di bar che conta

ben cinque locali nella città di Torino, tutti interamente gestiti ad ogni livello, da parenti connazionali per così dire di ogni ordine e grado.

Evidentemente questo dato risalta la funzione svolta dalle reti etniche nella fase di partenza, di sviluppo e di espansione dell'impresa, specie allorquando questo processo procede con la moltiplicazione dei locali, una situazione questa che sembra riguardare in modo particolare le imprese impegnate nell'ambito della ristorazione. Ma il dato rilevante consiste nel fatto che l'importanza dell'elemento etnico riguarda sempre almeno il tipo di prodotto e il tipo di mercato, cioè di clientela alla quale il prodotto è destinato, bensì semplicemente i legami fiduciari e lo stile, il modo di gestire l'impresa. Ma a ben vedere si tratta di dinamiche che non appartengono esclusivamente alle imprese straniere, ma che caratterizzano invece qualsiasi impresa, anzi lo stesso lavoro imprenditoriale, che comportando quote di rischio particolarmente elevate necessita di articolarsi su un sistema di relazioni umane quanto più possibile improntato alla reciprocità e alla fiducia, esigenza che tradizionalmente può essere soddisfatta al meglio allorché si chiama in causa la forza dei legami familiari; ma questi legami nel caso degli imprenditori stranieri e/o extracomunitari hanno al contempo necessariamente anche un carattere etnico.

4.

Dall'idea originaria all'impresa concreta

In base a quanto emerso dalle interviste realizzate, nel futuro imprenditore straniero l'idea di "mettersi in proprio" si origina e prende forma secondo quattro diverse dinamiche.

Il caso più semplice è senza dubbio quello in cui lo straniero diventa imprenditore ereditando o rilevando l'attività avviata parecchi anni prima dai genitori o comunque dai parenti:

La mia famiglia era una famiglia contadina. Questa attività [il bar-ristorante, n.d.r.] è una prosecuzione del lavoro in cui mio padre mi ha introdotto. Mio padre [dopo il suo arrivo in Italia, n.d.r.] era ristoratore e io ho continuato ad esserlo.

[Ristoratore, cinese, 33 anni]

La trasmissione dell'attività ai figli risulta però una soluzione sempre più difficile da percorrere per diversi motivi: in primo luogo è una operazione che deve fare i conti con le legittime aspirazioni dei figli fortemente influenzata da un contesto culturale spesso profondamente diverso da quello dei genitori, essendo spesso i figli nati e cresciuti nel paese ospitante, una situazione questa della cui portata gli imprenditori intervistati sono peraltro ben consapevoli e pronti a riconoscere piena legittimità a quelle che saranno le aspirazioni e i desideri dei figli; in secondo luogo, anche in forza di quanto si è appena detto, ci possono essere difficoltà legate al tipo di attività: in linea di massima quanto più l'attività è etnicizzata (e a maggior ragione se lo è anche il mercato e la clientela di riferimento) tanto meno è probabile che i figli siano interessati a subentrare ai genitori; è questo ad esempio il caso descritto da un venditore di tappeti iraniano, in Italia da ormai quarant'anni:

Per il futuro comunque presumibilmente ci avviamo verso la conclusione di questa esperienza e questo anche perché lo scopo del trasferimento in Italia

non era quello di aprire un'attività, perché noi siamo venuti qui per motivi religiosi [...]; l'attività l'abbiamo iniziata perché bisogna vivere, inserirsi nell'ambiente per avere una fonte di sostentamento, come avevamo anche in Iran. Però man mano che si avvicina l'età del pensionamento...; poi dipende molto dalla volontà dei figli solo che dovendolo consigliare non lo consiglierei, perché comunque non è un'attività molto prestigiosa e neanche molto dignitosa, di dignità sociale. Le mie figlie parlano cinque lingue, usano il computer, internet, i cellulari di ultimissima generazione, sono laureate, una in medicina, vivono in un mondo che è lontanissimo da questo [riferendosi al mondo della propria impresa, n.d.r.].

[Venditore di tappeti, iraniano, 60 anni]

Il secondo caso è quello in cui l'idea originaria può sorgere nel futuro imprenditore dal fatto di imbattersi in un bisogno reale del pubblico (costituito in questa fase quasi esclusivamente da altri stranieri immigrati), un bisogno al quale il soggetto sperimenta di essere in grado di dare una risposta efficace; l'idea prende forma dalla conseguente esigenza del futuro imprenditore di rendere questa sua risposta sempre più efficiente e razionale anche dal punto di vista remunerativo, strutturandola nella forma giuridica dell'impresa:

Quando sono venuto qua ho avuto delle difficoltà a reperire una abitazione avevo la voglia di avere una certa indipendenza mia; quando uno si sente utile, nel senso che io questo lavoro, io faccio questo lavoro ma io non mi pongo come agente immobiliare ma come consulente immobiliare, e quindi sto cercando di dare delle risposte a delle problematiche che incontrano sia gli stranieri ma anche gli italiani.

[intermediatore immobiliare, senegalese, 38 anni]

Mio padre in Perù aveva questo negozio, un minimarket, vendeva di tutto e allora sempre, fin da piccola abbiamo avuto tutte noi – perché siamo cinque sorelle – tutti quanti siamo stati sempre in contatto con il pubblico, mio padre era un imprenditore anche lui e allora quel rapporto lo abbiamo sempre avuto. In più ho fatto anche volontariato, poi ho finito l'università [Ingegneria mineraria, n.d.r.] e mi sono resa conto che si guadagnava niente, già come ingegnere. Ho viaggiato in tutto il Perù per il mio lavoro, ho lavorato anche per il Governo, per le elezioni e anche lì mi ha aiutato il rapporto con il pubblico. Poi sono arrivata qua e mia sorella, che era arrivata anni prima e che era commercialista (lo è tuttora) mi ha detto: “mettiamo su qualcosa”. Mia sorella era qua da quindici anni e quando è arrivata, lei ha iniziato a lavorare in uno studio contabile; anche altri la conoscevano già, perché noi, dal paesino dove siamo noi in Perù, quasi il 40% dei cittadini adesso sono qua, proprio qui a Torino e loro non sapevano come fare. E siccome noi avevamo anche lavorato nel volontariato proprio solo per aiutare chi ha

bisogno, allora uno ha iniziato a chiedere a mia sorella se poteva occuparsi per lui di una certa pratica che lui non sapeva come fare e la mia sorella ha iniziato così, tanti anni fa, e così le persone l'hanno conosciuta con il passaparola. Poi sette anni dopo sono arrivata io, ma nel frattempo lei ha preso anche la laurea qua e poi ha iniziato a lavorare in proprio come commercialista. E allora per quello io ho iniziato ad aiutarla nel suo studio in corso Vittorio. Ma poi siccome il centro è qui a Porta Nuova [l'intervistata svolge la sua attività di consulente per pratiche amministrative nel quartiere di San Salvario, n.d.r.] allora abbiamo pensato che era meglio mettere qualcosa anche piccolo in centro. E così dal 2004 lo abbiamo aperto e me ne occupo io insieme a un'altra mia sorella, più grande di me: siamo titolari insieme.

[Consulente per il disbrigo di pratiche amministrative, peruviana, 39 anni]

In questo caso specifico emerge l'importanza giocata dall'esperienza vissuta nel Paese di origine, sia in relazione al retroterra familiare (il padre piccolo commerciante che introduce le figlie al rapporto con il pubblico), sia in relazione al tipo di *habitus* relazionale maturato al di fuori della cerchia familiare – un *habitus* che nella fattispecie è di carattere socio-assistenziale, attento alle esigenze e ai bisogni delle persone che versano in condizioni di precarietà economica o più in generale di difficoltà.

In secondo luogo emerge il fattore della rete etnica che si intreccia con quello della rete familiare nella creazione di un mercato di domanda e di offerta: la comunità del paesino di origine che si riproduce in un unico contesto metropolitano del paese ospitante e in esso riattiva quei canali relazionali di mutuo sostegno basati sulla fiducia e la reciprocità già sperimentati in patria: questa situazione diventa l'*humus* ideale per il sorgere di una serie di imprese nell'ambito dei servizi (dall'attività di commercialista all'ufficio di consulenza per il disbrigo di pratiche amministrative).

Il terzo elemento che emerge da questa esperienza è quello dell'importanza crescente che il fattore tempo va assumendo nell'esistenza della popolazione immigrata straniera (non solo necessariamente in quella imprenditoriale), la quale è disposta a spendere del denaro per guadagnare tempo, affidandosi ad agenzie private a pagamento per il disbrigo di pratiche burocratiche, pur essendo disponibili uffici pubblici preposti alla soluzione gratuita di questo genere di problemi, imponendo però tempi più lunghi. È

questo genere di esigenze molto semplici ma essenziali che in questo caso hanno costituito la domanda iniziale che, impattando sul vissuto di questi futuri imprenditori, ha favorito la nascita dell'offerta utilizzando un mix di rete etnica e di rete familiare: la forma è quella di una serie di imprese di servizi di consulenza per pratiche più o meno complesse, rispondenti alle esigenze dei normali cittadini o degli imprenditori.

Il terzo caso è quello in cui il futuro imprenditore, dopo avere trascorso alcuni anni alle dipendenze di terzi (nel pubblico o nel privato) ritiene di avere accumulato un *know how* sufficiente per mettersi in proprio svolgendo la medesima attività nella quale ha conseguito una specializzazione sul campo:

L'attività l'ho iniziata qua. Nel paese di origine facevo l'elettromeccanica, poi sono arrivato in Italia e ho cominciato a fare corsi di aggiornamento presso vari istituti. E poi non mi attirava così tanto l'elettromeccanica e allora ho iniziato a farmi i corsi di informatica – è stata una mia scelta –. Di elettromeccanica quindi ho fatto dei corsi di aggiornamento, però subito dopo ho trovato lavoro come tecnico audio-video, montaggio di video-conferenze ecc., tutto un altro settore. E poi ho visto che in pratica l'elettromeccanica mi annoiava abbastanza, allora ho trovato che l'informatica era molto più interessante per il mio carattere. E quindi ho studiato...

... allora il percorso formativo: principalmente ho iniziato a studiarli di linguaggi di programmazione all'interno dell'Office; poi dopo ho iniziato subito a cercarmi dei professionisti che lavoravano nel campo, per andare a dargli una mano, anche se il compenso per quello che facevo era molto basso e qualche volta addirittura li pagavo io perché, giustamente, la mia intenzione era quella di studiare questo settore. Andavo al lavoro di mattina e anche di pomeriggio; qualche volta saltavo il pomeriggio – d'accordo con il titolare con il quale lavoravo – e facevo che andare a fare il programmatore, per quello che ne capivo e ne sapevo.

Poi, man mano, sono avanzato, ho iniziato a conoscere molto bene alcuni linguaggi di programmazione – non molti – adesso conosco 5/6 linguaggi di programmazione, prima ne conoscevo uno o due; poi ho iniziato a capire bene quali sono le esigenze del mercato di qua e di là andando con questi ragazzi [i professionisti del settore, n.d.r.] in giro e mi sono specializzato su un programma principalmente, in ogni caso su un linguaggio in particolare.

Poi dopo ho trovato un impiego, mi hanno assunto a tempo indeterminato subito in un'azienda che fa macchine a controllo numerico; dopo due anni sono diventato responsabile di sviluppo software, all'interno, e da lì poi ho lavorato per 7/8 anni per questa azienda e poi – una volta maturata una certa esperienza ho detto: forse è meglio mettermi in proprio e allora ho iniziato a cercarmi quelle che sono le opportunità offerte dal mercato e ho trovato il servizio MIP.

Mi sono appoggiato al Mip e ho iniziato a fare un percorso formativo, dove all'inizio magari ero bravo a eseguire quello che facevo, anche a progettare il software e capire quelle che erano le esigenze del cliente sulla macchina utensile; però mettersi in proprio mi ha dato un mano forte per quanto riguarda la gestione di clienti, fornitori ecc, cioè aprire un altro tipo di mondo. Per quanto riguarda il percorso formativo principalmente è stato quello: autoistruzione e formazione con i professionisti sul campo.

[Consulente informatico, rumeno, 40 anni]

Il quarto caso, infine, è quello in cui il futuro imprenditore matura la ferma intenzione di mettersi in proprio per il fatto che vede in ciò la modalità più adeguata per realizzare un proprio desiderio di emancipazione e di emersione dal ghetto; egli elabora quindi un'idea particolare a cui poi dà forma approntando un progetto che rifletta l'equilibrio tra giusta ambizione e sano realismo:

Io sono senegalese. Io sono uscito dall'università nel 2001 [in patria, n.d.r.], mi sono laureato ad aprile e a maggio ero già qua. A maggio ero già in Europa. Da studente sono passato a immigrato, per dire. Mio padre è docente, mia madre è casalinga, e quindi non c'entra nulla, è una cosa mia che ho voluto fare perché da sempre ho voluto mettermi in proprio, perché con gli studi ho voluto arrivare fin dove potevo.

Allora, io ho iniziato..., adesso sono tre anni che faccio questo lavoro, prima facevo altro: ho fatto l'operaio, ho fatto..., il classico percorso dell'immigrato diciamo. Dopo di che io ho preso il patentino di agente immobiliare e subito dopo mi sono messo a disposizione sul mercato, dove ho potuto lavorare in un gruppo di franchising. Dopo di che, dopo un anno, ho lanciato questa attività che adesso ha due anni di vita.

Evidentemente nella realtà queste dinamiche possono essere compresenti, e anzi non si dà il caso che una sola di esse escluda le altre e tuttavia nel caso delle interviste realizzate nell'ambito di questa indagine qualitativa è risultato sempre piuttosto chiaro che una e una sola di queste dinamiche è risultata essere quella trainante, rispetto alla quale le altre dinamiche vengono in qualche modo ricondotte.

Emerge infine anche l'importanza della dimensione esperienziale ed esistenziale nella formazione dell'habitus dell'imprenditore: l'esperienza vissuta e le aspirazioni esistenziali possono fornire un notevole contributo alla scelta sia del tipo di attività sia del tipo di clientela, ma anche

all'individuazione di uno stile con cui porsi di fronte al pubblico in generale e alla propria clientela in particolare. Sono questi gli elementi che, insieme alle condizioni materiali di possibilità legate alle circostanze specifiche della sua situazione, contribuiscono a fare sì che le legittime aspirazioni per il futuro (quali il desiderio di indipendenza e di emancipazione sociale) si fondano con la vocazione in merito alla propria vita professionale (la ferma volontà, nutrita "da sempre" di mettersi in proprio):

Quando ho deciso di fare questo mestiere sicuramente non era per fare il classico funzionario che andava per fare le varie cose; comunque dovevo imparare essendo un mestiere che non ho mai fatto, ma che mi piaceva; non avendo mai avuto la possibilità di essere in contatto con gente del mestiere dovevo per forza iniziare dal basso. Quindi ho voluto iniziare lì, imparare mano a mano i trucchi del mestiere; mi sono detto "adesso imparo...", dopo di che mi sono avvicinato al progetto "Giovani idee" e il mio progetto è stato scelto, tra i 17 migliori diciamo. Dopo di che sono passato dal "Giovani idee" al Mip; e questo è tutto il percorso fino alla convalida del progetto.

[intermediatore immobiliare, senegalese, 38 anni]

5. Bisogni e problemi

In sede di elaborazione del progetto di ricerca, come si ricorderà, nel tentativo di mettere a fuoco nel loro insieme i bisogni delle imprese, li si era indicativamente considerati riducibili e riconducibili alle tre seguenti aree:

- d. area dei bisogni e dei servizi inerenti l'area burocratico-amministrativa;
- e. area dei bisogni e dei servizi inerenti l'area della gestione dell'iniziativa imprenditoria (ricerca dei clienti, fornitori, del posizionamento della concorrenza, del recupero crediti, ecc.); investimenti, rapporto con le banche (fido) e le assicurazioni (vita);
- f. area dei bisogni e dei servizi inerenti la gestione delle risorse umane (reclutamento e formazione del personale)

Alla luce di quanto emerso dalla rilevazione empirica procederemo considerando insieme le difficoltà e i problemi inerenti le aree burocratico-amministrativa e quella della gestione della iniziativa imprenditoria, per poi passare alla terza area, relativa alle risorse umane.

5.1. Le aree burocratico-amministrativa e della gestione della iniziativa imprenditoria

I provami in questo campo sorgono fin dal momento della formazione e consistono prevalentemente innanzitutto nel conciliare il percorso formativo iniziato in patria con quello che si ritiene necessario intraprendere nel paese ospitante al fine di maturare una competenza professionale. In secondo luogo i problemi sorgono più concretamente nel superare gli esami di abilitazione finalizzati ad ottenere le licenze commerciali, anche per il fatto che naturalmente tali prove devono essere svolte in lingua italiana. È curioso

che alcuni imprenditori immigrati riferiscano di questo fatto con cenni di disappunto, interpretandolo quasi alla stregua di un segno di rigidità del sistema.

Analogamente – e siamo alla seconda serie di difficoltà, quelle legate alla burocrazia – è percepita come un difficoltà burocratica il fatto che rispetto a molte libere professioni, la possibilità di svolgere l'attività sia vincolata all'ottenimento e al riconoscimento di un titolo di studio che abiliti alla professione medesima nonché all'iscrizione a un albo professionale, ciò che a sua volta comporta la percorrenza di un iter percepito come difficoltoso e non sempre chiaro.

Innanzitutto emergono le solite e comprensibili obiezioni al sistema burocratico:

Difficoltà burocratiche, nell'avviamento dell'attività, soprattutto la mancanza di informazioni, nella incapacità di capire proprio il modo di funzionamento della pubblica amministrazione: dove devo andare, con chi devo parlare, trovare quel documento, questo per uno straniero non è ovvio, magari per un italiano può essere facile, ma non sono sicuro al 100% che lo è.

[Gestore di Kebab, marocchino, 32 anni]

A queste si aggiungono, in secondo luogo, le critiche al sistema formativo – quali ad esempio la complicatezza delle procedure, la carenza di informazioni e la difficoltà di reperire quelle disponibili e ancora i lunghi tempi di attesa per l'esaurimento delle pratiche – si aggiungono quindi delle obiezioni che dimostrano una difficoltà dell'aspirante imprenditore straniero ad adattarsi a un insieme di condizioni le quali, lungi dal costituire una anomalia, rappresenta invece criteri di gestione normali nel sistema capitalistico di tipo occidentale. Il problema in questi casi è ancora di carattere culturale ed è risolvibile soprattutto in termini di integrazione.

La terza serie di problemi riguarda le difficoltà di accedere al sistema creditizio, le quali naturalmente si riflettono su una serie di problemi quali il reperimento del locale e l'eventuale adeguamento dello stesso all'attività, oppure l'acquisto di macchinari indispensabili al lavoro.

Difficoltà finanziarie. L'accesso al prestito sicuramente non è stata una cosa semplice e non lo è ancora adesso, perché comunque le banche, gli istituti di credito, non aprono le porte a tutti, quindi quando uno ha già..., l'imprenditore straniero è visto sempre con un po' di diffidenza, perché non offre tutte le garanzie che sicuramente un cittadino italiano può offrire. Quindi questo è un primo "bloccaggio", per gente come me, che non ha una famiglia consolidata qua, che ha solo le sue idee e la voglia di fare e magari due soldini che non contano niente su attività del genere. Quindi proprio convincere la banca: "guardi che io ho questo progetto che voglio portare avanti, ci credo, voglio arrivare a questo livello, mi servono questi soldi... non tutte le banche accettano e quando accettano sicuramente è perché conviene a loro. Alla fine lavori per pagargli il finanziamento, tutto l'interesse, tutto il guadagno lo prendono loro, non voglio essere cattivo ma è così...

[...]

Il problema finanziario l'ho dovuto risolvere grazie al Mip, qualcosa l'ho potuto prendere e poi il fatto di avere seguito il percorso del Mip mi ha agevolato la possibilità di avere un piccolo prestito tramite il microcredito, che sono buoni ma non bastano, perché comunque sono..., sono un aiuto ma strano. Proprio perché si chiamano microcredito il credito è micro, quindi uno non riesce a risolvere tutti i suoi problemi. [...] Per esempio non ho mai fatto una buona pubblicità, perché la pubblicità costa; per esempio mettere su "La Stampa", prendere mezza pagina, u piccolo spazio, costa, uno non lo può neanche fare più di due volte; le riviste i giornalini non hanno nessuna visibilità, però costano quello che costano: 300, 500 quello che è. Non è facile. Mi piacerebbe che la gente sappia quello che sto facendo, ma non lo possono sapere, lo sanno solo perché... io dico sempre che la migliore pubblicità è il cliente soddisfatto, il passaparola sicuramente mi sta aiutando molto. Ma non basta, io veramente non ho ancora fatto quello che vorrei fare perché mi mancano proprio i mezzi: vorrei fare del marketing, come si dice; marketing diretto che mi permette di andare nei condomini, di contattare gli amministratori, contattare le associazioni di stranieri per spiegargli quello che sto facendo, ma ci vuole un po' di soldi e quello è il problema...

[...]

Il reperimento del locale sicuramente non è facile, perché comunque ci sono altri ostacoli: uno non è facile trovare dove uno vuole mettere la sua attività, io ad esempio volevo questa zona [c.so Regina Margherita all'altezza di Valdocco, n.d.r.] e non era facile; poi bisogna confrontarsi con la diffidenza dei proprietari, del condominio, perché se non sanno che tipo di attività uno va a fare è giusto che i condomini si preoccupino un po', perché... io faccio un tipo di attività pulita per dire: un ufficio, dove chi è interessato, se no non entra. Ma se era un'altra attività, dove la gente deve entrare, tipo un phone center o un ristorante non è la stessa cosa.

[Intermediatore immobiliare, senegalese, 38 anni]

E ancora:

Giustamente anche se ti metti nei panni delle banche: innanzitutto le imprese nei primi anni di vita – ormai so già bene che è un dato sconosciuto – è difficilissimo andare avanti e quindi le banche non hanno

un fondamento su cui darti dei finanziamenti; due, arrivi da un paese straniero e quindi non hai garanti tipo la madre, il padre o il nonno che hanno fiducia in te e mettono la firma e ci mettono i beni che hanno accumulato nel tempo; quindi è difficilissimo che qualsiasi banca ti dia un minimo finanziamento. Il servizio Mip ci ha dato una mano, ma comunque c'è da dire che la reticenza da parte delle banche c'è sempre stata. Per mia fortuna per poter avviare la mia impresa – che adesso ha due anni e mezzo – avevo avuto degli investimenti in Romania, ho disinvestito laggiù e in pratica quello che ho fatto qua, ho fatto con soldi contanti a suon di quattrini, perché se stiamo bene a pensare, io ho fatto anche questa considerazione: se dovevo anche prendere dei soldi in prestito con quelle che erano le condizioni offerte dalle banche, dovevo lavorare per le banche. Quindi ho preferito fare i disinvestimenti laggiù – per fortuna erano saliti molto e tuttora sarebbero stati anche interessanti laggiù – ma comunque non mi pento perché ho avuto un bell'utile laggiù nella vendita e ho acquistato qua e quello che ho fatto effettivamente non mi sono appoggiato a banche italiane. Anzi una cosa sì, ma la verità è che nel momento di difficoltà quei soldi lì non c'erano. Sono arrivati dopo aver fatto il business plan, fatto tutto attraverso il servizio Mip, però i soldi che servivano sono arrivati dopo che avevo già risolto la situazione di crisi per conto mio.

[Consulente informatico, rumeno, 40 anni]

Emerge poi come alcuni imprenditori, specie quelli più semplici, cioè con bassa scolarità e impegnanti in lavori pesanti, percepiscano gli enti del sistema privato creditizio e quelli del sistema pubblico statale e regionale, nonché in alcuni casi anche le associazioni di categoria, come soggetti caratterizzati in ultima istanza dal comune denominatore di avere nei confronti degli imprenditori e più in generale dei clienti che si rivolgono a loro, un atteggiamento meramente strumentale e opportunistico.

I problemi più grossi quando mi sono messo in proprio sono stati quelli di trovare un po' di soldi per le attrezzature: per esempio io per comprare un camion ho dovuto aspettare ancora quattro anni, dopo quattro anni... nei primi anni noleggiavo praticamente e quindi l'acquisto del camion, quattro anni dopo l'avvio dell'impresa è stato lo sforzo più grosso ma anche il passo in avanti più importante.

[...]

Diciamo che si guadagna ma si paga anche, ci sono troppe tasse, praticamente sei un socio con il governo.

[...]

Ma le banche e le assicurazioni. Delle assicurazioni sono soddisfatto [l'intervistato ha stipulato recentemente una polizza sulla vita, n.d.r.], sulle banche..., diciamo che sono un po' "sfiduciose" [sono diffidenti e opportuniste, n.d.r.], nel senso che ti danno poco fido e pretendono poche cose per avere..., ma anche della Regione: io per esempio per il camion, ho chiesto alla Regione un piccolo contributo..., non sono stato neanche

risposto. Io sono iscritto alla Unione artigiana, no; io ho fatto la richiesta, loro mi hanno chiesto un sacco di documenti, ma non sono mai stato richiamato. Per tornare alle banche: a me le banche hanno chiesto la condizione di ottenere la cittadinanza per avere più solvenza ai prestiti e una cosa che potrebbero fare è proprio quella di togliere questi vincoli.

[Artigiano muratore, peruviano, 42 anni]

Una quarta difficoltà riguarda invece la diffidenza di potenziali clienti e fornitori, ma anche degli istituti di credito, nei confronti dei nuovi imprenditori stranieri, un tipo di problemi che hanno buona probabilità di essere affrontati e superati con successo nella misura in cui l'imprenditore dispone della concreta possibilità di appoggiarsi a degli intermediari – per lo più connazionali – da più tempo presenti in Italia, anche se non necessariamente impegnanti nel suo medesimo ambito professionale.

Una quinta area problematica, che ci sembra particolarmente interessante, riguarda poi quello che potremmo chiamare l'equilibrio che si va instaurando tra l'attività svolta e mercato di riferimento. In tal senso va infatti considerato alla stregua di un caso singolare e particolarmente interessante per le dinamiche che mette in moto, quello in cui l'imprenditore straniero tratta un tipo di prodotto e si impegna di conseguenza in un settore di mercato che di fatto – e ancora di più nella percezione dell'opinione pubblica – è ancora a quasi esclusivo appannaggio di imprenditori autoctoni, italiani. Nella presente rilevazione un esempio in tal senso è emerso rispetto ai casi di due imprenditori, un senegalese e un filippino, rispettivamente intermediatore immobiliare e gioielliere⁶.

Si tratta di due settori di mercato che, sebbene molto diversi, risentono in modo particolare gli effetti negativi dell'attuale congiuntura economica.

Il gioielliere filippino lamenta gravi difficoltà nella propria attività, una situazione che si protrae ormai da mesi. Egli ne fa risalire le cause principalmente al fatto che la fermata dei mezzi pubblici municipali – la quale

⁶ Quest'ultimo, il gioielliere filippino, ha accettato di rispondere soltanto ad alcune domande (e non dunque all'intera intervista) soltanto per via telefonica e non ha dato il consenso alla registrazione della conversazione medesima, la quale, di conseguenza, costituisce materiale empirico di ricerca nella forma di appunti redatti contemporaneamente alla sua realizzazione.

fino a non molto tempo prima era posizionata quasi di fronte al suo negozio – sia stata spostata di almeno duecento metri, privando inevitabilmente i suoi potenziali clienti di una preziosa base logistica... In realtà è ragionevole pensare che egli abbia colto il dettaglio particolare, come l'ultimo anello di una catena di problematiche più ampia; è infatti più ragionevole ricondurre le difficoltà a quel mix di domanda e offerta, rispetto al quale, a un tipo di offerta inerente un prodotto non di prima necessità corrisponde in questo caso un tipo di clientela che, allorquando si profilano tempi di crisi, diventa propensa a escludere quel prodotto dal proprio paniere di beni. È infatti molto probabile che quella porzione della potenziale clientela di un gioielliere che si distingue per il fatto di essere a tal punto facoltosa da non risentire degli effetti negativi della recessione economica, per questo genere di prodotto si rivolga alla concorrenza italiana di nicchia, ovvero direttamente al proprio gioielliere di fiducia.

Questo tipo di imprenditore straniero appare dunque particolarmente vulnerabile non possedendo strategie efficaci per affrontare momenti di crisi, specie se prolungata; questa condizione di debolezza e vulnerabilità si può immaginare che sia legata al mix formato dall'attività della propria impresa (tipo di prodotto e tipo di mercato) e dal fatto di essere un imprenditore straniero extracomunitario che in Italia non riesce ancora a raggiungere quella clientela selezionata italiana che gli garantirebbe una maggiore stabilità nei momenti difficili.

Diverso è il caso del senegalese intermediario immobiliare. Egli tratta un prodotto di prima necessità, in particolare la prima casa nel tessuto urbano metropolitano e, nello specifico, in zone della città di Torino nelle quali si è ormai consolidata una cospicua presenza di immigrati stranieri ed extracomunitari. Egli ha fortemente voluto collocare la propria agenzia immobiliare nella zona di Corso Regina Margherita all'altezza di Valdocco e, nei suoi piani per il futuro, prevede o comunque nutre l'intenzione di aprire almeno una seconda agenzia nella zona di Torino nord, in particolare nel quartiere di Barriera di Milano. Evidentemente la sua clientela di riferimento sono gli immigrati stranieri, in particolare extracomunitari; e tuttavia il tipo di

prodotto che tratta e dunque lo stesso mercato in cui egli opera, fanno sì che inevitabilmente le interazioni con la clientela italiana siano frequenti. Gli italiani nella fattispecie si collocano sul versante dei venditori (dei “fornitori”, si potrebbe dire con l’obbligo delle virgolette) mentre gli immigrati stranieri (specie extracomunitari) prevalentemente sul quello degli acquirenti.

Ma si tratta in questo caso di una situazione destinata a mutare in forza delle caratteristiche interne di quel particolare mercato, per cui, come egli stesso fa notare, sempre più stranieri diventano al contempo venditori e acquirenti in conseguenza delle dinamiche che regolano il fenomeno della mobilità sociale ascendente. Solitamente i clienti stranieri che vendono la casa lo fanno perseguendo l’intento di spostarsi in una abitazione più dignitosa, più grande o comunque più funzionale alle esigenze di una famiglia in crescita, ma anche per motivi di status e di prestigio sociale, scegliendo una zona o uno stabile corrispondenti a livelli più elevati di desiderabilità sociale.

Questo imprenditore straniero è senza dubbio più protetto dai periodi di congiuntura economica negativa e lo sia in forza delle caratteristiche del suo prodotto e del mercato in cui opera, ma anche in forza del fatto di essere straniero extracomunitario.

Allora, io mi rivolgo a tutti, in generale, però visto le mie origini – che sicuramente non sono piemontese – allora, io mi rivolgo in particolar modo agli stranieri, nel senso che la maggior parte dei miei clienti acquirenti sono stranieri. E poi devo dire che non mi chiudo solo a..., non posso fare questo lavoro ignorando la fetta di mercato che costituiscono gli italiani, che comunque, nella maggior parte sono loro che vendono. Anche se adesso io mi trovo sempre di più a trattare casi di stranieri che hanno comprato anni fa e che adesso rimettono sul mercato le loro case. [...]

I progetti per il futuro come imprenditore. Allora adesso mi stanno conoscendo un po’ e le posso garantire che tutti mi vogliono, le grosse società immobiliari, vogliono prendermi come franchising, e io quello lo rifiuto categoricamente perché sennò perdo la mia anima, nel senso che la mia particolarità si dissolve e non lo voglio fare. Comunque devo dire che l’intenzione ultima è quella di fare come qualsiasi agenzia e cioè aprire – visto che io sono straniero e voglio identificare questa fetta di mercato degli stranieri che in questo momento è quella più dinamica e quindi voglio almeno avere un ufficio in Barriera di Milano che comunque è la capitale degli... [della presenza di stranieri, n.d.r.] e poi altri uffici, se riesco a farli, comunque margine per crescere ce ne sono.

[Senegalese; intermediatore immobiliare, 38 anni]

Infine, una quinta area problematica è quella relativa ai progetti per il futuro. In questa prospettiva ancora una volta il rapporto con gli istituti di credito è percepito come fondamentale, cioè decisivo rispetto alla progettualità nel medio così come nel lungo periodo:

Siccome sono oramai riconosciuto come ristoratore, le banche a cui oramai ci affidiamo da anni, ci hanno dato ulteriore fiducia..., li conoscevo già da dieci anni... ho dovuto fare una lieve ristrutturazione: ho dovuto decorare, lucidare il pavimento, fare una pulizia in generale del locale, è stata una grande spesa, anche perché siamo stati chiusi una settimana. E questo è molto importante, perché, ripeto, con il finanziamento l'ho potuto fare, ma direttamente non è possibile.

In seguito contiamo di rilevare altre attività. Questo vuol dire che l'istituto di credito dovrebbe ancora seguirci anche quando magari altre attività potrebbero essere meno interessanti in virtù che la primaria, la principale – che è questa attività qua – ha già di per sé una forza economica molto importante. Però dove è possibile acquistare – non solo bar – deve essere visto [dalle banche, n.d.r.] come un investimento, anche se l'investimento di per sé magari in quel momento non è interessante.

[Ristoratore, cinese, 33 anni]

Le forme di investimento degli utili sono infatti pensate in vista di un consolidamento dell'impresa, consolidamento che quasi sempre è inteso nel senso di una sua ulteriore espansione. Tale espansione, poi – e questo è forse uno degli aspetti rispetto ai quali emerge la differenza culturale e di mentalità tra le etnie – può avvenire seguendo strade differenti. In particolare, dalle interviste realizzate e dei colloqui telefonici ne sono emerse quattro:

- a) la prima è la strada dell'ingrandimento dell'attività già esistente;
- b) la seconda prevede l'avvio di nuove attività sempre però nel medesimo campo (ad esempio la ristorazione), sia tramite l'apertura ex novo di nuovi locali, sia in forza della rilevazione di attività altrimenti destinate a chiudere;
- c) la terza possibilità, consiste nell'acquisto di attività anche in ambiti diversi, pur trattandosi sempre di attività commerciali: ad esempio, nel caso del ristoratore, investendo nell'avvio o nella rilevazione di

attività appartenenti ad ambiti diversi da quello della ristorazione, cioè di quello che potremmo chiamare l'ambito dell'impresa madre;

d) la quarta possibilità, infine, consiste nell'acquisto di immobili, destinati però al duplice scopo di investimento sicuro del capitale fine a se stesso, ma anche di investimento finalizzato alla realizzazione negli stabili acquistati di nuove attività o al finanziamento di nuove attività attraverso gli utili ricavati dall'affitto dei locali acquistati.

5.3. L'area delle risorse umane

Passando a considerare invece le difficoltà e i problemi inerenti l'area delle risorse umane, va detto che queste si articolano sui due livelli, in realtà tra loro interconnessi, del reperimento di tali risorse e della loro formazione. Tale problematica consiste essenzialmente nella difficoltà a reperire personale specializzato e competente; una difficoltà che cresce in modo proporzionale con l'implementazione di una strategia di differenziazione della propria impresa nell'ambito della propria nicchia di mercato e dunque di specializzazione rispetto alla concorrenza.

Questo essenzialmente per due ordini di ragioni. Da un lato, è ancora assai raro che un lavoratore italiano in possesso di un buon livello di professionalità in un determinato ambito (ad esempio – come nel caso da noi qui considerato – nel campo del mercato immobiliare) si rivolga a un imprenditore straniero per trovare lavoro. Dall'altro lato, e di riflesso, la maggior parte dei soggetti richiedenti lavoro a imprenditori stranieri sono a loro volta stranieri per la quasi totalità (se non interamente). Questi ultimi però molto spesso possiedono un curriculum professionale non adatto a soddisfare le esigenze dell'imprenditore e questo solitamente per due motivi: in primo luogo si dà il caso in cui il curriculum del candidato risulta di basso profilo, soprattutto in quanto privo di esperienza professionale nel campo specifico; si pone però – in secondo luogo – anche il caso in cui il candidato

sia in possesso di un livello di professionalità relativamente elevato: questa situazione paradossalmente può porre il nostro soggetto in una situazione di particolare debolezza nel mercato del lavoro italiano, dove la concorrenza dei lavoratori italiani spesso aumenta in modo proporzionale con il grado di professionalità; ciò fa sì che il soggetto in questione, facendo una scelta di ripiego, si rivolga all'imprenditore straniero il quale si trova ancora una volta di fronte a una persona non adatta alle sue specifiche esigenze in quanto in possesso sì di una professionalità, ma non spendibile nel campo in cui egli opera:

Noi come impresa – io parlo di “noi” ma in realtà sono da solo per il momento – non per una scelta mia sicuramente, ma perché faccio fatica a trovare gente capace, che abbia la voglia di condividere quello che sto facendo, che è praticamente l'intermediazione immobiliare. Quindi io sto cercando – non è una cosa nuova nel senso che agenzie ce ne sono dappertutto – io sto cercando di proporre qualcosa che sia comunque un pochettino diverso da quanto c'è già sul mercato. In base a come lavoro, come deontologia, come professionalità e come tipo di cliente; quindi sono queste cose, questi elementi su cui io devo porre la mia strategia di differenziazione sul mercato... [...]

Anche lì, si parlava dei vari ostacoli, io devo trovare la persona competente. Perché io delle richieste ne ho, perché vedono che sei straniero e giustamente bussano e dice: “ma io sto cercando un lavoro”. Ti mettono già in una categoria; perché fino adesso gli stranieri si buttano, si lanciano e fanno gli imprenditori nei settori che richiedono meno competenza, meno professionalità. Invece questo [la sua attività di intermediatore immobiliare, n.d.r.] non dico che sia..., però ci va già un po' di conoscenza, di competenza e io infatti lo avevo scelto sicuramente perché non volevo fare quello che fanno tutti gli altri, perché ho un'altra visione magari delle cose, per cui è diverso. E io per trovare la persona proprio in gamba non è semplice, non è proprio semplice.

[Intermediatore immobiliare, senegalese, 38 anni]

E ancora:

Allora, al momento non ho soci né dipendenti, e questa è stata una scelta precisa che ho fatto io personalmente, perché non ho trovato ancora la persona in grado di, con le competenze e con le finanze giuste per poter dire “ok divido”. Ad oggi penso di svilupparmi ancora da solo, per quello che posso. I dipendenti: i costi sono esagerati per quanto riguarda pagare le tasse e metterli in regola. Ho fatto i conti e in realtà se devo prendere un dipendente non solo quello che guadagnerei in più avendo il dipendente lo pagherei tutto al dipendente ma in più gli studi di settore mi ammazzano

perché ho fatto i conti e mettendo un dipendente invece di dichiarare 30.000 Euro devo dichiarare un fatturato di 80.000 Euro e io oggi non me la sento di fatturare questa cifra e quindi assolutamente il dipendente è da scartare e il socio per adesso, grazie a Dio, per quello che faccio le finanze che ho mi bastano.

[Consulente informatico, rumeno, 40 anni]

Laddove il tipo di attività e il profilo socio-anagrafico degli eventuali figli lo consente, la strada più semplice per investire nel capitale umano, sia rispetto alla ricerca di eventuali soci, sia rispetto alla reperibilità di personale dipendente, rimane quella della rete familiare, e cominciare dai figli: in questo modo il reclutamento e la formazione professionale dei dipendenti sono una funzione della tenuta del capitale sociale familiare:

Sinceramente ogni tanto i miei figli li porto con me in cantiere [si tratta di due figli maschi di 18 e 22 anni, n.d.r.], e uno di loro in questi giorni lo sto per assumere; ormai è già da 18 anni che faccio questo mestiere e altro non saprei cosa fare.

[Artigiano muratore, peruviano, 42 anni]

6.
Considerazioni conclusive: tra conferme e questioni aperte

Una delle caratteristiche che vanno connotando in modo significativo la realtà dell'imprenditoria immigrata anche nella provincia di Torino – e che peraltro risulta confermato anche nella presente indagine – è stata riscontrata nel fatto che l'effetto sostituzione delle imprese italiane ad opera di quelle straniere diventa un fenomeno sempre più visibile e in rapido aumento.

Un'altra indicazione che ci è sembrata emergere dall'indagine riguarda il risparmio e gli investimenti: come noto un immigrato straniero manda alla famiglia in patria circa la metà del proprio guadagno mensile; tuttavia, sulla base di quanto emerso nel corso di queste interviste, si fa strada l'ipotesi che quanto più un imprenditore straniero si sente integrato nella società che lo ospita tanto meno tenderà a mandare il proprio denaro al paese di origine e alla famiglia e tanto più probabilmente si attiverà per il ricongiungimento familiare e in ogni caso investirà più volentieri il proprio denaro nel paese che lo ospita. Si tratta di una dinamica che certamente meriterebbe di essere monitorata e indagata in modo più dettagliato. Essa peraltro corrisponde alla logica del mercato, per cui si investe laddove l'esperienza vissuta attesta che quei soldi sono ben spesi.

In terzo luogo permane, per lo meno nella percezione che ne hanno gli imprenditori stranieri intervistati, specie quelli con bassa scolarità, la sensazione di muoversi in un contesto caratterizzato dal ridotto dialogo tra l'imprenditore straniero e il sistema degli interlocutori socio-economico-amministrativi presenti a livello locale, comprese in alcuni casi le associazioni di categoria. C'è dunque un problema di "experience", che deve essere costruita per chi, per la prima volta, deve decidere di affidarsi alle iniziative di chi può rispondere alle proprie esigenze di ordine burocratico-amministrativo ed economico-finanziario inerenti l'avvio della propria attività imprenditoriale.

In caso contrario, la risposta di questi soggetti potrà essere quella di ricercare nel proprio percorso imprenditoriale il sostegno da parte delle reti

familiari che hanno talvolta permesso di contenere i problemi iniziali, confermando l'indiscutibile ruolo della famiglia, o ancora rivolgersi alla rete delle amicizie e delle conoscenze. Tuttavia, per quanto importanti, questi sostegni rimangono pur sempre delle risposte parziali e perfettibili, anche ai fini della stessa evoluzione della propria intraprendenza imprenditoriale.

In quarto luogo, nel quadro di un progressivo radicamento della popolazione immigrata sul territorio, con un'integrazione lavorativa che va rafforzandosi anche nel 2007 sulla base del restringersi dei livelli di disoccupazione, si riconferma altresì il ruolo sociale degli enti locali in relazione al bisogno sempre maggiore di integrazione economica che a maggior ragione per gli imprenditori immigrati diventa di importanza vitale.

In quinto luogo se, da un lato, restano presenti alcuni problemi endemici, quali soprattutto il permanere di una consistente area di lavoro subordinato svolto in forma irregolare e una etnicizzazione del tipo di professioni svolte ancora nettamente visibile, in modo particolare rispetto ad alcune professioni tipiche (nel lavoro operaio, agricolo, manifatturiero, nelle costruzioni e nel terziario, nella ristorazione, nei trasporti, nel lavoro domestico e di cura), dall'altro lato va sottolineato come vada aumentando l'impresa che in letteratura viene definita "aperta", vale a dire non connotata in senso etnico rispetto al mercato né rispetto al prodotto, ma semplicemente in relazione ai rapporti fiduciari e di reciprocità propri peraltro di ogni impresa anche autoctona a conduzione familiare. Proprio in relazione all'insieme di questi due aspetti, va collocata la situazione degli immigrati imprenditori di sesso femminile. Da un lato, è proprio la donna a patire maggiormente i fenomeni di etnicizzazione dell'imprenditoria immigrata, si pensi ad esempio alle imprese di pulizie o a quelle impegnate su una professione come la cura; dall'altro lato, e di riflesso, nella misura in cui si creano le condizioni favorevoli per l'attecchimento dell'imprenditoria immigrata di tipo "aperto", a beneficiarne saranno proprio le potenziali imprenditrici immigrate, sia in quanto si ampliano per tutti le possibilità di iniziare una attività *ex novo*, ma sia soprattutto perché l'impresa "aperta" a conduzione maschile produce le condizioni per una migliore e più rapida integrazione con tutti i riflessi positivi

che ciò può comportare per tutto il nucleo familiare, aumentando le probabilità che si creino le condizioni favorevoli affinché ad esempio le mogli possano partecipare attivamente all'impresa del marito o possano avviarne una propria.

Infine, fermo restando quanto detto sopra, va detto che il dato più forte emerso nella presente indagine sia quello di una diffusa esigenza di comunicazione e di conoscenza. A ben vedere si tratta di un bisogno che si colloca a monte delle riflessioni fatte finora in questa breve sezione conclusiva del rapporto. Se infatti, da un lato, la modifica di quelle situazioni strutturali – che ad esempio stanno alla base delle difficoltà di carattere finanziario (il rapporto con le banche) e burocratiche (la complessità delle procedure), come anche per quanto riguarda il contributo degli enti locali – richiede operazioni più complesse e presuppone processi decisionali articolati, dall'altro lato intervenire sul piano della comunicazione può risultare più agevole. Si tratta in primo luogo di mettere le imprese nelle condizioni di avere informazioni di carattere finanziario, burocratico, amministrativo in tempo reale e soprattutto, in secondo luogo, di entrare in relazione tra di loro, comunicando, scambiandosi informazioni, profilando, insomma facendo rete.

In questa direzione, del resto, si stanno muovendo altre CCIAA specie del nord Italia. L'esempio più significativo, anche tenendo conto della sua sempre maggiore confrontabilità con il contesto torinese, sembra essere quello della CCIAA di Milano, dove, come noto, è stato istituito il servizio Asiim (Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditorialità Immigrata a Milano). Si tratta di un esempio di interazione tra più attori di diversa natura (finanziaria, amministrativa, universitaria, associazioni di categoria) accomunate dal fatto di essere qualificati attori istituzionali (tra cui anche la CCIAA), avente per scopo una collaborazione sistematica a sostegno della imprenditorialità immigrata.

Ma oltre alla strada istituzionale che mette in comunicazione i grandi attori allo scopo di far nascere sinergie tra di essi, si può pensare implementare la medesima strada, questa volta però mettendo le imprese nelle condizioni di interagire tra di loro. È rispetto a questa seconda traiettoria che i contributi del presente rapporto suggeriscono di personalizzare l'experience della immigrazione sul territorio torinese, formulando servizi in linea con i bisogni e le caratteristiche delle imprese.

Rispetto alla erogazione servizi dedicati da sportello e da contact center, è opportuno considerare la potenzialità data anche dal web che, con costi relativamente contenuti, consente di *bypassare* – sebbene solo in parte, ma già con benefici notevoli e immediati – alcuni dei limiti strutturali dei grandi attori che interloquiscono con gli imprenditori (istituti di credito, pubblica amministrazione ecc.) mettendo il mondo delle imprese nelle condizioni di innescare sinergie e di fare in qualche modo sistema.

L'idea di un portale istituzionale costituirebbe crocevia per gli scambi tra le imprese: a chi rivolgersi per creare un sito web, per avere consulenze di marketing, per confrontarsi con le esperienze di imprese più evolute, per procedere al monitoraggio e alla eventuale selezione di potenziali soci o dipendenti.

Parallelamente la CCIAA potrebbe acquisire dati di profilazione rispetto a tali imprese, cos'è a costituire nel tempo iniziative (es convegni, attività import – export, fiere, corsi ..) piuttosto che operare in modo personalizzato rispetto alle specifiche esigenze.

Inoltre le domande e le esigenze, al pari delle risposte e delle soluzioni troverebbero in un portale efficiente il loro moltiplicatore, attivando quello che potrebbe essere un volano soprattutto per gli imprenditori più innovativi, professionali e ambiziosi, in una parola: capaci. Sono proprio questi ultimi quelli che, anche dalla nostra indagine, sono emersi

chiaramente essere i soggetti al contempo più soddisfatti della propria impresa, più desiderosi di ingrandirsi e avviare altre piccole imprese non necessariamente nel medesimo campo di quelle di partenza (anche se nella maggior parte dei casi è così), ma che al tempo stesso esprimono l'esigenza di interagire proprio nel senso di "fare rete" al fine di acquisire informazioni, confrontare esperienze, incontrare persone capaci, equilibrate e intraprendenti.

È proprio ponendosi in quest'ottica che tutto quanto emerso in questa indagine dal profilo qualitativo ed esplorativo, dopo aver fornito gli spunti di riflessione sintetizzati in questo capitolo conclusivo, può costituire la base di partenza per ulteriori approfondimenti – di carattere questa volta quantitativo e confermativo - finalizzati alla raccolta di materiale utile per l'elaborazione di proposte concrete e operative sul piano della risposta ai bisogni di interazione e di comunicazione – in una parola "di rete" – che sono sembrati prepotentemente emergenti specie tra gli immigrati imprenditori più promettenti e capaci.

Appendice

QUESTIONARIO/TRACCIA DI INTERVISTA A IMPRENDITORI STRANIERI COMUNITARI ED EXTRACOMUNITARI

Lo strumento prevede delle domande a risposta chiusa supportate dalla possibilità per l'intervistato di aggiungere considerazioni, approfondimenti e precisazioni che ritiene opportune ai fini di una migliore comprensione della sua vicenda specifica.

1. I dati personali

1.1. Luogo di provenienza

1.2. Caratteristiche del contesto socio-economico di partenza (situazione famiglia di origine; eventuale esistenza di una tradizione imprenditoriale attinente o meno con attività attualmente svolta in Italia)

1.3. Istruzione e Formazione (luogo e anni di studio, titoli e/o qualifiche acquisiti, settore)

1.4. Stato civile e situazione familiare (residenza della famiglia se non ricongiunta; ricongiungimento familiare: da quanto tempo è avvenuto o quando si prevede che avverrà)

1.5. Residenza attuale

1.6. Brevemente la situazione su:

- permesso di soggiorno (rapporto tra evento della regolarizzazione ed evento dell'avvio di questa impresa o di altre imprese);
- conoscenza delle lingue;
- appartenenza ad associazioni di categoria (italiane e/o straniere)

2 – L'attività

2.1. La storia dell'impresa a partire dall'idea iniziale

- da quanto tempo svolge questa attività (indicare l'anno di inizio)

- qual è l'iter che lo ha portato a decidere di avviare un'impresa: come e perché ha preso questa decisione (eventuale riferimento a lavori – autonomi o dipendenti – svolti precedentemente in Italia)

- dopo aver preso questa decisione, quali sono state secondo lui le tappe più importanti attraverso le quali è giunto di fatto a realizzare l'impresa che gestisce oggi:

- principali difficoltà-ostacoli-momenti critici poi del tutto o in parte superati
- (es. accesso al credito; ricerca delle risorse; ricerca del locale adatto ecc.)
- concretamente come sono stati superati questi problemi?
- principali eventi positivi che hanno impresso un input decisivo a questo progetto

- la situazione dei soci (qual è la situazione attuale e come vi si è giunti; profilo etnico dei soci)

- situazione dipendenti (qual è la situazione attuale e come vi si è giunti; profilo etnico dei dipendenti)

2.2. Il funzionamento ordinario dell'impresa (chi fa cosa)

2.3. la situazione clienti (loro profilo socio-culturale; quote %; eventuale differenziazione dei prodotti)

2.4. la situazione fornitori (qual è la situazione attuale e come vi si è giunti; profilo etnico dei fornitori)

2.5. quali sono le attuali difficoltà

3 – I piani per il futuro

3.1. soddisfazione per la situazione attuale (dal punto di vista economico, altro...)

- 3.2. previsioni circa l'evoluzione della attuale attività;
- 3.3. intenzione di allargare l'attività aprendo nuove unità;
- 3.4. intenzione di trasmettere l'attività ai figli;
- 3.5. zione di cessare l'attività per aprirne un'altra o del tutto per rientrare nel Paese di origine;

4 – Risparmio e investimenti

4.1. In Italia

- in che forma avviene?
- quando è iniziato (dura ininterrottamente da allora?)
- è soddisfatto dei servizi che riceve?
- quali servizi ulteriori ritiene che costituirebbero un importante miglioramento della forma di risparmio-investimento?
- quali sono stati gli acquisti più ingenti ed importanti già effettuati in Italia e quali prevede di effettuare? (la sede dell'attività; l'abitazione; ecc)

4.2. Nel Paese di origine

- i rientri
- ogni quanto tempo ritorna;
- quanto si ferma;
- svolge un'attività lavorativa autonoma, dipendente o di sostegno ad attività di parenti o amici-conoscenti?

Nel caso di una attività autonoma (attuale o in programma di realizzazione) ulteriore rispetto a quella in Italia:

- in quale campo;
- come (risorse) e dove è nata;
- da quanto tempo dura;
- problemi e soluzioni;
- situazione soci/dipendenti;
- come la gestisce in sua assenza; chi la gestisce in sua assenza.

Come e da quanto tempo avviene il risparmio in patria?

- in che forma avviene?
- quando è iniziato (dura ininterrottamente da allora?)
- è soddisfatto dei servizi che riceve?
- quali servizi ulteriori ritiene che costituirebbero un importante miglioramento della forma di risparmio-investimento?

- quali sono stati gli acquisti più ingenti ed importanti già effettuati in Italia e quali prevede di effettuare? (la sede dell'attività; l'abitazione; ecc)

Bibliografia

AMBROSINI M. (2001), *Immigrati e lavoro indipendente*, in Zincone G., (a cura di), *Secondo rapporto sull'integrazione degli immigrati in Italia*, il Mulino, Bologna.

AMBROSINI M. (1995), *Immigrati e imprenditori. Un fenomeno emergente nelle economie occidentali*, in "Stato e mercato", n. 3.

AMBROSINI M. ABBATECOLA E. (2002), *Reti di relazione e percorsi di inserimento lavorativo degli stranieri: l'imprenditorialità egiziana a Milano*, in Colombo A., Sciortino G. (a cura di), *Stranieri in Italia. Assimilati ed esclusi*, il Mulino, Bologna.

CAMERA DI COMMERCIO DI PADOVA (2003), *Gli imprenditori extracomunitari in provincia di Padova*, in "Rapporti", n. 158.

CCIAA DI TORINO (2005), *Imprenditori stranieri in provincia di Torino*.

CCIAA DI TORINO (2008), *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in provincia di Torino*.

CATANZARO R., NELKEN D., BELOTTI V. (1997), *Un posto per vendere. I commercianti ambulanti irregolari sulla riviera romagnola*, in Reyneri E., Minarcdi E., Scidà G., *Immigrati e lavoro in Italia*, Franco Angeli, Milano.

CHIESI A., ZUCCHETTI E., (a cura di) (2003), *Immigrati imprenditori. Il contributo degli extracomunitari allo sviluppo della piccola impresa in Lombardia*, Egea, Milano.

COMUNE DI BRESCIA, UNITÀ DI STAFF STATISTICA, *Imprenditori stranieri a Brescia: 2001-2004*, in Statistiche rapide, fascicolo 5/2005.

FIORIO C., NAPOLITANO E.M., VISCONTI L.M. (2007), *Stili migranti*, ricerca promossa dalla CCIAA di Biella.

GRANDE E. (2003), *Immigrati e lavoro autonomo*, in *Dossier Statistico sull'immigrazione*, presentato da Caritas, Roma

LUNGHY C. (2003), *Culture creole. Imprenditrici straniere a Milano*, Franco Angeli, Milano.

“MONDI MIGRANTI. RIVISTA DI STUDI E RICERCHE SULLE MIGRAZIONI INTERNAZIONALI”, Franco Angeli, Milano, n. 3. 2007.

OCCARI F (2001), *I lavoratori extracomunitari nelle imprese artigiane venete: una prima stima sulla base dei dati amministrativi Ebav*, in “Quaderni Statistici – Osservatorio Ebav”, n. 1.

OSSERVATORIO REGIONALE PER L'INTEGRAZIONE E LA MULTIETNICITÀ (2007), *Rapporto 2006. Gli immigrati in Lombardia*, in collaborazione con Regione Lombardia e Fondazione Ismu, Franco Angeli, Milano.

OSSERVATORIO REGIONALE PER L'INTEGRAZIONE E LA MULTIETNICITÀ (2007), *L'immigrazione straniera in Lombardia. La sesta indagine regionale*, a cura di G.C. Blangiardo, in collaborazione con Regione Lombardia e Fondazione Ismu, Franco Angeli, Milano.

REGIONE PIEMONTE, ASSESSORATO ALL'ARTIGIANATO. DIREZIONE COMMERCIO E ARTIGIANATO (2004), *Imprenditorialità straniera nell'artigianato in Piemonte*.

REGIONE PIEMONTE, ISTAT, UNIONCAMERE (2008), *Piemonte in cifre, Annuario statistico regionale*.

SALVI E. (2003), *Mi Perù: percorsi e progetti migratori di donne peruviane tra istituzioni, associazioni e reticoli*, in P. Sacchi e P.P. Viazzo, *Più di un Sud. Studi antropologici sull'immigrazione a Torino*, Franco Angeli, Milano.

SINT S.P.AA, NEWFIN CENTRO STUDI SULL'INNOVAZIONE FINANZIARIA (2006), *Il migrant banking. Esigenze della clientela immigrata e modelli di servizio per l'offerta*, a cura di Anna Omarini, Bancaria Editrice.

UNIONCAMERE LOMBARDIA (2006), *Analisi sperimentale sulle caratteristiche e problematiche delle imprese gestite da immigrati in Lombardia*, indagine qualitativa, Rapporto di ricerca.