

NUOVE FRONTIERE

imprese
imprenditori
mentoring
business



Il fenomeno virtuoso dell'imprenditorialità

Le attività autonome rappresentano ponti tra Paesi lontani e un fattore propulsivo dell'interscambio commerciale

di Maurizio Ambrosini

Il fenomeno dell'avvio di attività indipendenti da parte degli immigrati sta continuando a crescere negli anni, malgrado l'ultima decade di recessione. Oggi oltre 570.000 persone nate all'estero sono titolari di un'attività in Italia, e rappresentano il 9,4 per cento dell'universo dei titolari (1).

Questo fenomeno ci dice innanzitutto che gli immigrati hanno capa-

cità, risorse, aspirazioni, una tenace volontà di migliorare la loro condizione, superando i limiti di un contesto di svalutazione pressoché generalizzata delle loro competenze professionali e di esclusione dall'occupazione qualificata. Parlare di lavoro autonomo, e ancor più di imprenditorialità, significa porre in risalto la capacità di iniziativa degli immigrati, pur se posti a confronto con

condizioni avverse: malgrado la visibilità delle situazioni di bisogno, anch'esse indubbiamente cresciute, o di fenomeni drammatizzati ben al di là delle loro dimensioni effettive, come l'asilo, molti immigrati manifestano una viva aspirazione a superare una condizione di dipendenza,

(1) IDOS, Rapporto Immigrazione e imprenditoria 2017. Aggiornamento statistico, Roma, 2017.



Aprire un'attività rappresenta il coronamento di un sogno di emancipazione

a diventare protagonisti del loro destino, a integrarsi nella nostra società (2). Aprire un'attività rappresenta per una parte di loro il coronamento di un sogno di emancipazione, anche se diventa l'inizio di una condizione di impegno nel lavoro ancora più dura e sacrificata di prima. È interessante al proposito il fatto che 134.677 imprese (dato 2016), pari al 23,6 per cento del totale, siano a guida femminile: con titolari cinesi in primo luogo, seguite da rumene e marocchine.

Gli aspetti economici

L'iniziativa economica degli immigrati, se ben regolata e trasparente come dovrebbe essere ogni attività economica in una società sviluppata, rende più ricca e varia la vita urbana delle nostre città: rimpiazza gli operatori nazionali che si ritirano, mantenendo vivi luoghi di scambio sociale come i mercati rionali; rivitalizza antichi mestieri (dai chioschi dei fiori, alle botteghe di sartoria, ai forni per il pane), introduce nuovi prodotti, propone cibi esotici, stoffe e ma-

nufatti artigianali che vengono da lontano; in un certo senso, porta il mondo a casa nostra, e consente di viaggiare mediante i consumi senza muoverci da qui. È auspicabile che possa contribuire anche a stimolare interesse, comprensione e simpatia verso Paesi e popolazioni vicine e lontane.

Un aspetto che alimenta l'imprenditoria degli immigrati consiste nella formazione di mercati «etnici», ossia interni alle minoranze immigrate. Data la relativa giovinezza dell'immigrazione verso l'Italia il fenomeno è ancora agli inizi, ma i ricongiungimenti familiari sono cresciuti, tra difficoltà abitative, economiche e burocratiche. Ciò significa che si sta allargando il mercato dei potenziali acquirenti di prodotti e servizi che in genere, per diverse ragioni, difficilmente possono essere forniti da imprenditori autoctoni. Negli Stati Uniti si parla in proposito di *nostalgic trade*: ossia della ricerca di prodotti che rievocano l'atmosfera, i profumi, i sapori della patria lontana (3).

I casi di quartieri connotati etnicamente sono ancora rari, né si

espanderanno agevolmente in un Paese in cui le politiche pubbliche hanno incoraggiato con innegabile successo l'acquisto dell'abitazione da parte delle famiglie, mentre l'edilizia sociale è poco sviluppata. Nelle maggiori città, tuttavia, alcune concentrazioni urbane significative si stanno costituendo, formando un ambiente favorevole per l'installazione di negozi e servizi di operatori stranieri. Anziché essere considerati e trattati come ghetti, quartieri etnici risanati, governati e abbelliti sono diventati in parecchie città del mondo delle vere e proprie attrazioni turistiche, in cui ristoranti, locali e negozi aperti da imprenditori di origine immigrata sono il principale richiamo per turisti e visitatori (4).

Più in generale, il consolidamento delle reti migratorie e la loro stratificazione interna, che facilitano la circolazione di informazioni, il reclutamento di lavoratori e l'eventuale ricerca di finanziamenti, rappresentano un terreno di coltura per l'avvio



Maurizio Ambrosini

è professore di Sociologia del Territorio presso la Facoltà di Scienze Politiche, Economiche e Sociali dell'Università di Milano, dove insegna Processi Migratori e Politiche Migratorie. È anche docente presso l'Università di Nizza-Sophia Antipolis. È direttore della rivista *Mondi migranti* e della Scuola estiva di sociologia delle migrazioni. maurizio.ambrosini@unimi.it

(2) M. Ambrosini, *Migrazioni*, Milano, Egea, 2017.

(3) M. Orozco, B. Lindsay Lowell, M. Bump, R. Fedewa, *Transnational Engagement, Remittances and their Relationship to Development in Latin America and the Caribbean*, Institute for the Study of International Migration, Georgetown University, 2005.

(4) J. Rath, *The Transformation of Ethnic Neighborhoods into Places of Leisure and Consumption*, Working Paper 144, Institute for Migration and Ethnic Studies (IMES), University of Amsterdam, 2007.

di attività indipendenti, anche per effetto dei processi imitativi all'interno delle varie componenti nazionali della popolazione immigrata.

Un altro aspetto di rilievo consiste nelle aperture transnazionali di una parte di queste iniziative economiche, proprio in quanto commerciando prodotti che arrivano da lontano gli imprenditori immigrati svolgono servizi di connessione tra le due sponde delle migrazioni o reinvestono in patria una parte dei ricavi. In questa prospettiva, gli operatori economici immigrati possono essere visti come protagonisti di fenomeni di «globalizzazione dal basso», in quanto capaci di porre in relazione le società di origine con quelle di insediamento e di costruire rapporti economici (e non solo) reciprocamente vantaggiosi (5). L'imprenditoria immigrata può costruire ponti tra Paesi lontani e rappresentare un fattore propulsivo dell'interscambio commerciale nelle due direzioni. In altri termini: le attività economiche degli immigrati qui possono favorire lo sviluppo di attività complementari nei loro Paesi di origine. Anche le agenzie internazionali stanno scoprendo il potenziale dei migranti come agenti di sviluppo e il possibile ruolo degli immigrati con esperienze imprenditoriali come protagonisti non solo dell'invio di rimesse, ma anche di nuove attività economiche nei luoghi di partenza. I nessi tra imprenditorialità e transnazionalismo nel caso italiano sono indubbiamente ancora allo stato nascente, ma si tratta certamente di una direttrice di sviluppo di notevole interesse.

Gli aspetti sociali

Un'ultima riflessione riguarda gli effetti dello sviluppo di attività indipendenti sui rapporti tra società locale e popolazioni immigrate. Il lavoro indipendente rappresenta per gli immigrati, come già detto, il principale sbocco delle aspirazioni di miglioramento delle proprie condizioni.

Si potrebbe definirlo come un antidoto all'integrazione subalterna, ossia al confinamento nelle posizioni svantaggiate della struttura occupazionale. Scarsa esperienza della società ricevente, problemi a padroneggiare la lingua colta – particolarmente seri nel nostro Paese, che non ha un grande retaggio coloniale né una lingua molto parlata nel mondo –, resistenze a riconoscere i titoli di studio, accentuano l'importanza degli spazi del lavoro autonomo come alternativa alla formazione di minoranze permanentemente svantaggiate e quindi suscettibili, presto o tardi, di scatenare tensioni e dinamiche oppostive nei confronti della società ospitante.

Non va trascurato, a questo proposito, l'effetto di problematizzazione degli stereotipi che può produrre la diffusione di occupazioni diverse, socialmente più considerate, in termini di miglioramento dell'immagine complessiva della popolazione immigrata, o almeno dei gruppi di appartenenza dei lavoratori autonomi. Costatare che il negoziante, il muratore, il ristoratore, la parrucchiera che si incontrano nella vita quotidiana provengono da lontano, può contribuire a collocare gli immigrati in una luce diversa, più attenta alle specificità individuali e più consapevole della pari dignità delle persone, da qualunque parte del mondo provengano.

Sappiamo peraltro che questi processi non sono univoci e lineari: a volte, proprio la penetrazione in occupazioni e settori in cui gli autoctoni sono ancora attivi suscita proteste e conflitti interetnici. A Prato, come è noto, lo sviluppo delle attività di proprietà cinese nella produzione di confezioni per conto terzi ha sollevato le reazioni dei «terzisti» italiani, messi in difficoltà dai nuovi competitori, con un seguito di accuse di concorrenza sleale, ri-

(5) M. Ambrosini (a cura di), *Intraprendere tra due mondi*, Bologna, il Mulino, 2009.



In sintesi

Attualmente **oltre 570.000 persone nate all'estero sono titolari di un'attività in Italia**, pari al 9,4 per cento dell'universo dei titolari. Quasi un quarto delle imprese guidate da stranieri nel nostro Paese è a conduzione femminile.

L'imprenditoria degli immigrati anzitutto rimpiazza gli operatori nazionali che si ritirano, come avviene per esempio nei mercati rionali.

Alimenta inoltre la formazione di mercati «etnici», ossia interni alle minoranze immigrate, e favorisce la creazione di rapporti economici tra il nostro Paese e quelli di provenienza. A livello sociale, il lavoro indipendente rappresenta per gli immigrati il principale sbocco delle aspirazioni di miglioramento delle proprie condizioni.

Non vanno tuttavia sottovalutati i potenziali problemi e conflitti legati alla **penetrazione di imprenditori stranieri in occupazioni e settori in cui gli autoctoni sono ancora attivi**.

chiesta di maggiori controlli, ripercussioni anche politiche nella società locale. Come tutti i fenomeni economici, anche l'imprenditoria degli immigrati va regolata con saggezza e lungimiranza, contrastandone le espressioni indesiderabili e valorizzandone le potenzialità positive sia per le società riceventi, sia per quelle di origine. ■

Esplora **e&m** plus su
www.economiaemanagement.it