



Nemisma

**L'IMPRESA DI EXTRA-COMUNITARI
IN PROVINCIA DI MODENA**

L'impresa di extracomunitari in provincia di Modena è uno studio di



Nomisma - Società di studi economici

Strada Maggiore 44
40125 Bologna, Italia
Tel. 051 6483 111
Fax 051 232209
www.nomisma.it

Gruppo di lavoro

Anna Lucia Colleo (coordinamento)
Federico Fontolan
Romina Filippini
Silvia Zucconi

L'indagine campionaria sugli imprenditori extra-comunitari operanti in provincia di Modena è stata realizzata da Demetra (www.opinioni.net) tra maggio e settembre 2010.

L'analisi si è avvalsa della disponibilità di alcuni testimoni privilegiati, rappresentanti delle istituzioni e dell'associazionismo locale, a mettere a disposizione la propria esperienza: Eleonora Bertolani, Provincia di Modena; Giovanni Bertugli, Comune di Modena; Bianca Lubreto, Prefettura di Modena; Patrizia Veronesi, Confesercenti Modena; Massimo Fogliani Associazione Piccole Medie Imprese Modena; Walter Reggiani, Casa delle Culture; Vittorio Saltini, Consorzio Cooperative Sociali di Modena; Carla Mori, COOP Integra.

Per informazioni sul rapporto rivolgersi a

Anna Lucia Colleo
Tel 051 6483 194
anna.colleo@nomisma.it

Completato a settembre 2010

Il lavoro è stato realizzato nell'ambito del progetto Tetra, finanziato dal Programma Comunitario GRUNDTVIG e guidato da Modena Formazione.

Sommario

INTRODUZIONE	1
SEZIONE 1. IL CONTESTO	5
1. LA PROVINCIA DI MODENA: STRANIERI RESIDENTI E IMPRENDITORI	6
1.1 Breve profilo degli stranieri residenti in provincia di Modena	6
1.1.1 <i>Incidenza ed evoluzione della presenza di stranieri</i>	6
1.1.2 <i>La concentrazione di stranieri sul territorio regionale</i>	7
1.1.3 <i>Principali caratteristiche degli stranieri per età, genere e provenienza</i>	8
1.1.4 <i>Gli alunni stranieri nelle scuole modenesi</i>	10
1.1.5 <i>Gli stranieri nel mercato del lavoro</i>	12
1.1.6 <i>I lavoratori stranieri e la crisi economica</i>	12
1.2 L'impresa e l'impresa di stranieri a Modena	14
SEZIONE 2. L'INDAGINE	18
2. IL CAMPIONE DELL'INDAGINE	19
3. IL PROFILO DELL'IMPRENDITORE	20
3.1 Caratteristiche dell'imprenditore	20
3.2 La scelta di Modena come luogo di residenza	26
3.3 Le reti di appartenenza: il caso degli imprenditori asiatici	29
4. IL PROFILO DELL'AZIENDA	33
4.1 Performance economica e investimenti	33
4.2 Rapporto con il mercato: clienti e fornitori	35
4.3 Dimensioni dell'azienda e canali di reclutamento del personale	37
4.4 Il rapporto con i servizi del territorio	41
4.4.1 <i>La gestione della contabilità aziendale e degli adempimenti fiscali e burocratici</i>	41
4.4.2 <i>Associazioni di categoria</i>	42
4.4.3 <i>I servizi per le imprese: domanda e difficoltà riscontrate</i>	45

5. LA FORMAZIONE PROFESSIONALE.....	48
5.1 La formazione del personale dell'azienda.....	48
5.2 La formazione dell'imprenditore	48
SINTESI DEI RISULTATI DELL'INDAGINE	53
RIFLESSIONI CONCLUSIVE	59
ALLEGATI	
I. APPENDICE METODOLOGICA	64
II. IL QUESTIONARIO.....	68

INTRODUZIONE

Abbiamo voluto con questo lavoro contribuire alla riflessione su un aspetto a nostro parere decisivo dell'integrazione della popolazione straniera, vale a dire l'integrazione che si produce tramite l'inserimento delle persone di origine straniera nel tessuto economico delle comunità in cui risiedono.

Lo studio dell'attività di impresa degli immigrati stranieri e del rapporto che questa ha con il sistema economico locale è in quest'ottica particolarmente rilevante.

Innanzitutto per ragioni di ordine quantitativo. La crescita dell'imprenditoria immigrata ha avuto nel corso degli anni un'accelerazione molto significativa. Nella provincia di Modena, le imprese di extracomunitari sono cresciute del 290 per cento tra il 2000 e il 2009, arrivando oggi a costituire l'8,5 per cento del totale. Si tratta di un dato che acquisisce ulteriore spessore se lo si mette in relazione con i cambiamenti demografici in atto. Gli stranieri erano il 4 per cento della popolazione modenese nel 2000, sono l'11,9 per cento oggi e nel 2050, secondo Istat, un residente su quattro non sarà italiano.¹ All'aumento di residenti stranieri ha dunque fatto eco un aumento delle attività imprenditoriali nate dall'iniziativa degli immigrati, che mostrano una forte propensione a svolgere attività in proprio.

Una seconda considerazione è che l'avvio da parte degli immigrati di attività imprenditoriali consente di cogliere aspetti importanti dei percorsi di integrazione. Da un lato, l'inserimento all'interno dei meccanismi di mercato permette una più rapida integrazione economica; la presenza di una formale attività di impresa costituisce infatti un requisito importante per avviare relazioni con il settore finanziario, con il mercato del lavoro, con l'amministrazione pubblica. Dall'altro, l'attività economica porta con sé un'accresciuta visibilità sociale degli immigrati.

Tuttavia, i soli numeri non dicono niente sulla qualità e sulla tipologia di queste imprese.

Qual è l'apporto reale di questo segmento di imprese ai processi locali di sviluppo? Come accompagnare una così tumultuosa crescita numerica verso obiettivi virtuosi di accresciuta competitività, all'interno di un sistema definito di regole e di una struttura di *governance* efficace?

¹ L'ipotesi mediana calcolata da Istat stima un'incidenza media per l'Emilia-Romagna del 24,8 per cento.

Il tema della qualità dell'impresa immigrata è infatti spesso all'ordine del giorno in virtù della dimensione del fenomeno e della sempre maggiore quota di mercato coperta nel sistema produttivo italiano, ma anche per le frequenti tensioni che la concorrenza tra imprese genera nel tessuto delle relazioni economiche e sociali sui territori.

L'aumento del numero di attività imprenditoriali di immigrati deriva ancora in gran parte dalla crescita di micro-imprese individuali, che operano con caratteristiche variabili a seconda dei diversi gruppi nazionali e che si uniformano a regole di concorrenza che non sempre sono quelle codificate, in questi casi intervenendo negativamente sulle forme della competizione.

Le rilevazioni sulla dimensione quantitativa del fenomeno non mancano. Gli attori dell'economia reale e le istituzioni lamentano però la carenza di strumenti di conoscenza qualitativa sulle modalità operative di questo segmento di imprese e sulla loro relazione con il sistema produttivo locale.

Manca in sostanza una visione chiara e approfondita dei fenomeni imprenditoriali legati alle comunità immigrate alla quale improntare interventi efficaci per indirizzarne lo sviluppo.

E' importante che l'assenza di attenzione su questo aspetto dell'immigrazione in Italia sia rapidamente superata, tenendo conto dei riflessi positivi e negativi che l'attivismo imprenditoriale può avere.

Alla luce dei numeri va superato l'approccio corrente con cui le politiche si rivolgono agli immigrati stranieri: un gruppo a sé, vuoi svantaggiato e quindi da sostenere, vuoi antagonista e quindi da cacciare, secondo le interpretazioni politiche prevalenti.

In realtà è la struttura stessa delle nostre comunità che si sta trasformando e non deve sorprendere che gli effetti di questo cambiamento si manifestino anche nella dinamica economica.

L'immigrazione è un fattore endogeno della nuova Italia che si va formando.

Anche l'impresa immigrata va dunque considerata come parte integrante del sistema produttivo locale, da trattare come un'espressione del dinamismo economico del territorio.

E' possibile per questa via sia pervenire a una lettura integrata della rilevanza economica del fenomeno migratorio, di cui l'imprenditorialità fa parte, sia, nel contempo, portare un ulteriore tassello di conoscenza sulle diverse tipologie di impresa che si stanno affermando in Italia.

Seguendo il filo di questa riflessione, questo rapporto concentra la propria attenzione su aspetti direttamente legati all'economia reale delle imprese, con l'obiettivo di acquisire elementi conoscitivi di rilievo per individuarne i fabbisogni di crescita e di sviluppo e la relazione col territorio modenese.

Il modo di rapportarsi al mercato del lavoro, il modo di rapportarsi al mercato e di organizzarsi, il grado di partecipazione al sistema di rappresentanza del territorio, il rapporto tra la cultura di origine dell'imprenditore e la struttura e il comportamento dell'impresa, sono elementi di forte interesse per l'analisi della qualità delle imprese. È altresì importante capire meglio quali sono i canali di acquisizione delle informazioni necessarie allo svolgimento delle attività di impresa e quale domanda di servizi esprimono gli imprenditori stranieri.

Per contribuire a dare risposte alle domande che pone, Nomisma ha utilizzato per questo lavoro un impianto metodologico già avviato per analisi dello stesso tipo sull'intero territorio nazionale, rendendo così omogeneo e comparabile il risultato ottenuto dall'analisi modenese.

Il rapporto si articola in due sezioni: la prima descrive le caratteristiche della presenza e della localizzazione di stranieri a Modena; una parte della sezione approfondisce il ruolo dell'imprenditoria extracomunitaria nel sistema economico locale, sulla base di dati messi a disposizione dal Registro delle imprese. La seconda sezione presenta i risultati dell'indagine svolta per questo lavoro presso un campione rappresentativo della popolazione imprenditoriale extracomunitaria in provincia di Modena, per area di provenienza dell'imprenditore e per settore di attività dell'impresa. L'anagrafica di partenza è stata costruita sulla base dei dati del Registro delle imprese forniti dalla Camera di Commercio provinciale. Inoltre, tenuto conto che il fenomeno si sviluppa in modo diverso a seconda dei contesti territoriali, il rapporto ha messo in relazione le caratteristiche rilevate a Modena con quelle rimarcate nel contesto dell'indagine nazionale realizzata lo scorso anno da Nomisma, Unioncamere nazionale e Crif.

Per concludere, si sono voluti offrire alcuni spunti di riflessione per la definizione di interventi che riguardino la relazione tra imprese di stranieri e territorio, che è parte integrante delle sfide che la comunità modenese si troverà di fronte nel prossimo futuro.

SINTESI DEI RISULTATI DELL'INDAGINE

Le imprese con titolare straniero sono una realtà in forte crescita nella provincia di Modena. Tra il 2000 e il 2009 le imprese registrate da immigrati stranieri sono aumentate del 290 per cento, a fronte di una leggera contrazione delle imprese di italiani.

Si tratta di un'imprenditoria giovane, lo si vede anche dal profilo anagrafico delle aziende: la metà sono attive da meno di 5 anni e quasi un quinto da meno di 1 anno. Ciononostante, la fotografia attuale contiene l'immagine di un segmento di imprese con una situazione economica stabile, anzi in moderata espansione: il 55,7 per cento degli imprenditori intervistati giudica stabile la propria situazione economica e più del 14 per cento ha avviato investimenti per espandere l'attività.

L'imprenditore extracomunitario è tendenzialmente giovane, infatti il 77,8 % degli intervistati ha meno di 50 anni e quasi il 50% ne ha meno di 40 (mentre l'età media degli imprenditori italiani per questa categoria di imprese si colloca mediamente attorno ai 50 anni); possiede un buon livello di istruzione: il 33% ha frequentato la scuola oltre ai 19 anni e il 26,2% possiede un titolo di laurea; è ben integrato nel contesto modenese: quasi il 70% degli intervistati risiede in Italia da oltre 10 anni e oltre la metà ha già deciso di stabilirvisi definitivamente (sono quasi il 30% gli indecisi).

Pochissimi tra gli imprenditori intervistati vogliono lasciare Modena per un'altra località italiana; il 13,9 per cento però è orientato a lasciare l'Italia per un altro paese, che non è necessariamente il suo di origine. Più della metà sono arrivati perché avevano parenti o amici che abitavano già in provincia di Modena e solo il 9 per cento non ha né parenti né amici del proprio paese di origine. Tre quarti degli imprenditori extracomunitari intervistati ha la famiglia a Modena.

Il fondamento dell'attività di impresa è l'esperienza lavorativa in Italia; l'83% precedentemente era impiegato come lavoratore dipendente.

Solo il 10 per cento del campione ha realizzato in precedenza un'altra attività autonoma, mentre per quasi il 90 per cento quella corrente rappresenta la prima esperienza imprenditoriale.

Nel 77 per cento dei casi è stato proprio il titolare a creare l'attività, mentre nel 23 per cento l'attività esisteva già in precedenza; tra questi, nel 10 per cento circa dei casi l'attività era gestita da altri stranieri, nel restante 13 per cento da italiani. Si tratta di un dato che distingue Modena dalla media nazionale, dove la quasi totalità delle aziende (circa il 90 per cento) è stata creata dal titolare, solo il 4 per cento è stata rilevata da uno straniero e il 7 per cento da un italiano.

L'integrazione con il territorio è evidente anche sotto altri aspetti più direttamente legati all'attività di impresa. Innanzitutto la scelta dei collaboratori, che in oltre il 30 per cento dei casi sono italiani (la media nazionale è di poco più del 20 per cento). Per proseguire, oltre il 50 per cento delle imprese intervistate vende i suoi prodotti esclusivamente in ambito locale e provinciale, per poco più del 12 per cento il riferimento di mercato è quello regionale mentre il mercato nazionale e internazionale è un riferimento per il 12 per cento degli intervistati. Sul versante delle relazioni col mercato, la struttura dei flussi di fornitura è composta per il 60 per cento di fornitori locali, mentre solo il 7,4 per cento si avvale di forniture provenienti dall'estero; similmente, la clientela è solo italiana (46,7 per cento dei casi) o al massimo italiana e straniera (44,3 per cento). Le imprese etniche, che vendono solo a stranieri sono meno dell'8 per cento.

L'indagine ha ovviamente messo in rilievo anche alcuni elementi di debolezza di queste imprese.

In primo luogo, se anche è vero che nel 35 per cento dei casi le imprese vengono gestite dall'imprenditore con almeno un collaboratore, c'è una forte prevalenza di un modello di impresa a socio unico, con una dimensione molto ridotta; si tratta di micro attività con strutture elementari in cui il 64 per cento circa non ha collaboratori (la media nazionale è del 57 per cento). La quota però decresce, fino ad arrivare al 43 per cento, nel caso di aziende attive da più di 6 anni.

Dal punto di vista della dimensione economica, circa il 64 per cento ha dichiarato di fatturare meno di 100.000 euro l'anno; nemmeno il 10 per cento supera questa soglia. E' vero però che la media di imprese di questa dimensione rilevata a livello nazionale è dell'82 per cento.

Tuttavia è importante evidenziare che le imprese hanno comportamenti che variano con l'area di provenienza.

Una prima indicazione importante riguarda la composizione per origine continentale dell'imprenditoria extracomunitaria a Modena, che presenta caratteristiche precipue rispetto alla realtà nazionale: dove la media italiana vede una prevalenza degli europei non comunitari, a Modena prevalgono gli imprenditori provenienti dall'Africa e in particolare dall'area maghrebina, che sono il 31 per cento del totale, seguiti dagli asiatici, con il 24,6, e poi dagli europei non comunitari, con poco più del 20 per cento. E' particolarmente alto il tasso di imprenditorialità dei residenti cinesi, che rappresentano il 10,7 per cento del totale, a fronte di un'incidenza dei residenti cinesi sul totale della popolazione di poco superiore al 5 per cento.

Nella grande maggioranza dei casi per l'imprenditore si tratta della prima attività imprenditoriale, in genere lavorava prima alle dipendenze di un altro e ha creato l'impresa che attualmente gestisce.

Fa eccezione l'imprenditoria di origine asiatica, che in più di un quinto dei casi ha già svolto altre attività di impresa prima di questa, in un terzo dei casi non ha effettuato quel passaggio da lavoratore dipendente a imprenditore che invece caratterizza il resto dell'imprenditoria extracomunitaria e più diffusamente che per le altre provenienze (un terzo dei casi) ha rilevato un'impresa che esisteva già: per la precisione, il precedente gestore era nel 13 per cento dei casi un italiano e nel 20 per cento dei casi un altro straniero: un'incidenza doppia, quest'ultima, rispetto a quella delle altre provenienze continentali.

All'opposto, è interessante evidenziare che non è stato rilevato nemmeno un caso di imprenditore europeo che sia subentrato a un altro straniero, mentre un 24 per cento ha rilevato l'azienda da un italiano.

La distribuzione per settore di attività vede i nordafricani attivi soprattutto nell'edilizia (34 per cento), nel commercio (30 per cento) e nella piccola ristorazione (16 per cento); gli asiatici particolarmente attivi nel commercio (30 per cento) e nei servizi di bar e ristorazione (40 per cento) e in percentuale minore nelle confezioni tessili. Gli europei invece sono presenti soprattutto in edilizia (40 per cento) e nel settore di bar e ristorazione (24 per cento), meno nel commercio al dettaglio (16 per cento).

La dimensione economica dell'impresa accomuna tutte le esperienze, che vedono le imprese con una capacità di fatturato molto ridotta rispetto ai corrispettivi italiani, e anche per ciò che riguarda la preponderanza dell'imprenditore nella gestione delle attività aziendali non si rilevano sostanziali differenze.

Per quanto riguarda invece l'impiego di forza lavoro si delineano tre modelli distinti. Presso le imprese di asiatici la nazionalità delle maestranze è tipicamente del paese di provenienza dell'imprenditore, spesso della sua stessa comunità di origine, e anche il mercato del lavoro è più frequentemente quello del paese di origine piuttosto che quello italiano. Se infatti la quota di personale straniero si aggira intorno al 60 per cento degli addetti, una percentuale simile a quella che si ritrova presso gli africani, gli imprenditori asiatici si distinguono però per la netta prevalenza di addetti originari dello stesso paese (quasi il 43 per cento, di cui l'11 per cento dalla stessa comunità). Viceversa, le imprese nord africane impiegano una quota di italiani di poco superiore

(33,3 per cento) ma impiegano sia personale proveniente dal proprio contesto di origine sia di altre nazionalità. Gli europei non comunitari preferiscono invece impiegare italiani, che in media rappresentano il 50 per cento degli addetti, ma non danno lavoro a stranieri provenienti da altre aree continentali.

La componente asiatica presenta caratteristiche precipue anche rispetto alla dimensione per numero di addetti: più della metà delle imprese di asiatici ha almeno un dipendente, a fronte di una situazione media in cui solo un terzo delle imprese a titolare extra-comunitario ha almeno un dipendente.

Similmente, le imprese a titolare asiatico sembrano più orientate a intercettare la domanda proveniente dalle comunità stesse, più che cercare una sintesi con il mercato in cui operano: il 20 per cento vende i propri prodotti e servizi prevalentemente a clienti non italiani, mentre la percentuale scende all'8,2 se si consideri l'insieme degli imprenditori intervistati.

Rispetto alla partecipazione alle sedi di rappresentanza del territorio, le associazioni, che per loro natura si caratterizzano maggiormente come servizi di comunità (la comunità degli artigiani, delle piccole imprese, eccetera), registrano l'iscrizione di quasi il 50 per cento degli imprenditori intervistati. Sono i professionisti infatti che svolgono l'azione più importante di servizio alle imprese, più personalizzata.

Ancora una volta si comportano diversamente gli imprenditori asiatici, presso i quali l'adesione a un'associazione di categoria scende al 36,7 per cento. Va detto a questo proposito che l'accesso ai servizi associativi richiede l'assunzione di una responsabilità di cittadinanza economica che non è richiesta da un rapporto personalizzato con il singolo professionista.

I servizi di cui è più manifesta la domanda sono quelli bancari, mentre la formazione non è avvertita come una priorità. E' vero però che la maggior parte degli intervistati (quasi il 55 per cento) ritiene la formazione professionale un aspetto molto importante per far crescere l'attività di impresa.

La quasi totalità degli imprenditori che si sono avvalsi di percorsi di formazione, che sono il 32 per cento del totale (ma solo il 13,3 per cento dei titolari di origine asiatica), valuta l'esperienza molto positivamente, riconoscendo che è risultata di grande utilità.

Le difficoltà che le imprese percepiscono rispetto all'avvalersi di servizi di formazione riguardano soprattutto la difficoltà di individuare i luoghi a cui rivolgersi, che sono indicati in via prevalente

dal commercialista (43,6 per cento dei casi), anche quando gli imprenditori siano iscritti ad associazioni di categoria. Gli ambiti nei quali un supporto formativo è maggiormente richiesto sono quelli delle conoscenze informatiche e, in larga misura (62,3 per cento se potevano scegliere più di un ambito), di lingua italiana.