



PIÙ IMPRENDITORI MIGRANTI SONO COME I NOSTRI «PICCOLI» MA NON METTONO RADICI

E nemmeno si sentono un ceto. Quando la comunità d'origine sostituisce la rappresentanza

L'analisi del report Unioncamere-Infocamere

di **DARIO DI VICO**

Quantitativamente non c'è dubbio: le imprese straniere fondate da marocchini, cinesi, albanesi, rumeni e via di seguito si sono radicate nel mercato italiano. E crescono di numero ad ogni rilevazione. Dal punto di vista soggettivo non è chiaro però il percorso di marcia di questi neo-imprenditori: sta nascendo un nuovo ceto? Si sta rafforzando una loro cultura d'impresa? Che rapporto c'è tra la loro identità sociale e l'appartenenza alla propria comunità nazionale? Che tipo di rivendicazioni producono e da chi vengono intermediate? Ma procediamo con ordine. Prima i dati: secondo un report appena prodotto da Unioncamere/Infocamere, il numero delle imprese straniere iscritte al registro delle Camere di commercio è di 657.565 unità di cui il 90% è attivo. Rispetto a giugno 2022 l'aumento è stato dell'1% consolidando così il trend dell'ultimo quinquennio (+10% rispetto al 2018 e nonostante il Covid) che risulta opposto a quello delle imprese italiane in calo, nello stesso periodo, del 3 per cento.

Circoscrivendo la ricognizione all'anno in corso vediamo come tra gennaio e giugno le nuove iscrizioni siano state 35.500 (+257 sul 2022) mentre le cessazioni si sono fermate a quota 20.923 (+1.024 sul 2022) generando un saldo positivo di oltre 14.500 unità. Quest'incremento è totalmente dovuto a nuove società di capitali che nell'ultimo anno sono cresciute del 12% superando quota 90 mila unità, a fronte di una leggera flessione delle società individuali che rappresentano però quasi l'80% dello stock totale.

Lombardia & commercio

A trainare l'imprenditoria straniera nel primo semestre 2023 (+3%) sono state costruzioni e servizi, che insieme rappresentano il 44% del totale, e l'agricoltura (+5%). Il commercio che è il settore-principe con 261 mila imprese ha registrato una leggera frenata (-0,7%) così come l'industria manifatturiera (-0,3%) che complessivamente conta su 47 mila imprese.

Volendo costruire una mappa geografica della presenza

straniera è la Lombardia con tutto il Nord Ovest a spiccare: vi si concentra il 41% delle imprese straniere, ma ci sono anche i flussi più consistenti di nuove attività (2,2% su base annua contro l'1% del Nord Est e lo 0,7% del Mezzogiorno). La provincia con la maggiore concentrazione di imprese straniere è Prato, grazie alla massiccia presenza dell'abbigliamento cinese, dove c'è un'incidenza del 33% seguita da Trieste con il 20% e Firenze con il 18%. All'estremo opposto con la minore incidenza c'è la provincia di Barletta-Andria-Trani con il 2,5 per cento.

Ma dove provengono i nuovi imprenditori? Restringendo l'analisi alle imprese individuali, Marocco, Romania e Cina sono i Paesi da cui provengono la maggior parte dei titolari d'azienda (il 34% del totale) seguita da Albania, Bangladesh e Pakistan (19%) e quindi da Egitto, Nigeria e Senegal (11%). I titolari marocchini hanno una forte focalizzazione territoriale nelle province dello Stretto (Catanzaro, Reggio Calabria e Messina), i rumeni non hanno una particolare concentrazione territoriale mentre, come già detto, i cinesi hanno la Toscana come terra d'elezione seguita dalle Marche (distretto di Fermo). Esaminando, infine, i settori di attività economica, i marocchini sono maggiormente presenti nel commercio, i rumeni nelle costruzioni. Entrambi sono presenti anche nelle attività di trasporto, magazzinaggio e noleggio. I cinesi operano prevalentemente nel manifatturiero e nelle attività di servizi ricreativi e di intrattenimento.

Spiega Antonio Ricci, vicepresidente del centro studi Idos: «L'imprenditoria straniera è un fenomeno endogeno, un migrante economico non arriva qui già con l'idea di creare un'attività. Avviene dopo alcuni anni di permanenza, quando si intravede una prospettiva che può essere anche determinata dalla mancanza di altri sbocchi». Si accumulano competenze, si capiscono i bisogni del mercato e nasce l'obiettivo di realizzare un progetto imprenditoriale.

«È una modalità che in qualche maniera ricorda molto

la storia di tante Pmi italiane ed entrano in gioco anche le soggettività personali, non ultima l'ambizione». Il commercio, poi, è spesso un retaggio del Paese di partenza e l'edilizia è lo sbocco di una prima attività da muratore, magari condita da un titolo di architetto maturato in patria. Ma accanto a questi settori-chiave stanno crescendo la ristorazione e l'accoglienza dei turisti.

I legami

«La prima considerazione da cui partire — osserva però Francesco Maietta, ricercatore del Censis — è che parliamo di imprese fragili per le quali far quadrare il conto economico non può che essere il problema numero uno. La quotidianità prevale e non si è ancora strutturato un segmento di imprese che possano permettersi di programmare il loro sviluppo». Anche perché molto spesso il rapporto con i Paesi di provenienza non è del tutto rescisso: i titolari non hanno fatto in fondo una scelta di vita in Italia. «Durante il Covid molti rumeni sono tornati in patria, ad esempio».

Secondo Daniele Frigeri, direttore del **Cespi**, «la soggettività di questi imprenditori è legata alla posizione che hanno sul mercato le loro aziendine». Esiste una fascia sottile di imprese che è anche capace di investire, ma il grosso nei distretti industriali ricopre un ruolo di fornitura della prima lavorazione, come nel caso della

conceria. Nelle costruzioni, aggiunge Frigeri, operano imprenditori che si sono messi in proprio, lavorano come subappaltatori e quasi sempre in un rapporto di esclusiva con un'impresa madre italiana. «Comunque stiamo parlando di un mondo così variegato che ogni generalizzazione è rischiosa. Una riflessione sull'imprenditoria migrante è necessaria, sarebbe opportuno affiancare ai processi reali una riflessione più lungimirante».

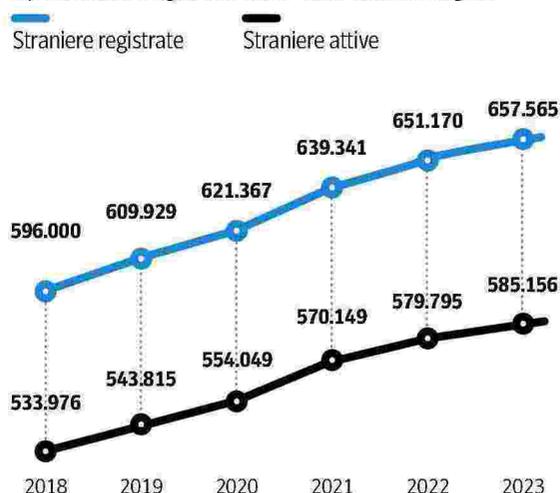
Ma che rapporto si stabilisce tra questi imprenditori e l'arena economico-sociale italiana? Secondo Maietta resta decisivo il rapporto con la comunità nazionale. «L'identità di piccolo imprenditore rimane secondaria rispetto all'appartenenza. Se i commercianti del Bangladesh hanno un problema con l'amministrazione comunale si muove la comunità, lo stesso vale ovviamente per i cinesi. Di conseguenza è difficile che possano sentirsi un ceto perché non si mobilitano come tali e questo nonostante che i problemi o le occasioni non manchino. Penso al diritto di voto o alla scuola dei loro figli».

Più ottimista è invece Ricci: «L'avveramento di una cittadinanza economica li fa entrare in un'altra dimensione. Pagare le tasse li fa sentire più parte in causa e non a caso cresce l'iscrizione alle associazioni italiane di categoria». Commenta Frigeri: «Sì, ma le associazioni fanno poco per includere, e tutto resta episodico».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

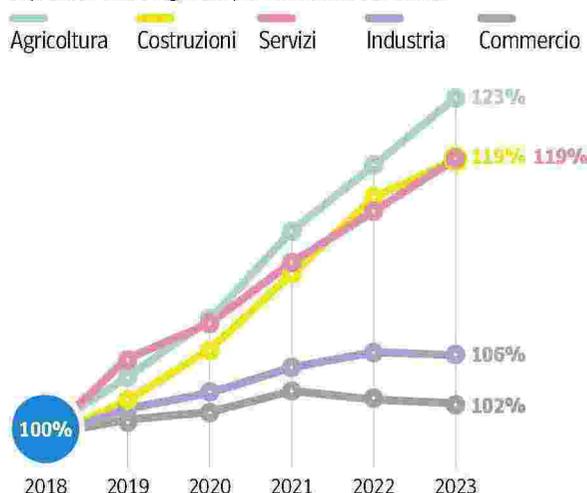
Imprese straniere registrate e attive - Valori assoluti in migliaia



Fonte: Unioncamere/Infocamere - Dati al 30 giugno 2023

I settori

Imprese straniere registrate per macrosettore di attività



La mappa

Imprese straniere registrate per regione

Lombardia	127.366
Lazio	81.241
Toscana	61.893
E. Romagna	59.959
Veneto	54.732
Piemonte	51.460
Campania	51.044
Sicilia	29.605
Liguria	24.814
Puglia	22.026
Abruzzo	15.052
Calabria	15.043
Marche	14.707
F. Venezia Giulia	13.187
Sardegna	10.587
Umbria	9.851
Trentino A. A.	9.416
Basilicata	2.451
Molise	2.270
Valle d'Aosta	858

L'identikit

Prime 10 comunità straniere per Paese di nascita del titolare



Pparra

Maietta (Censis):
«Parliamo di aziende ancora fragili a livello economico, che non possono programmare il loro sviluppo»

