

Un identikit delle Pmi in emigrazione

Dai risultati illustrati nelle pagine precedenti possiamo trarre un primo identikit delle imprese italiane in Europa di questo tipo:

Isolati:

Imprese piccole, di antica costituzione o recentissime, presenti soprattutto nei settori del commercio al dettaglio dell'artigianato e della ristorazione.

Integrati:

Imprese con una esperienza maggiore, di fatturato maggiore, prevalentemente di servizi, edilizia, commercio all'ingrosso o import export, ma anche della ristorazione,

Assimilati e autarchici

Sembrano distinguersi non tanto per settori o per dimensioni (entrambi contengono imprese di piccole dimensioni) quanto per l'esperienza passata o per le modalità di relazione: gli assimilati sono spesso ex operai e artigiani che pur con forti interazioni con la realtà locale sembrano aver rimosso i legami con il paese di origine. Gli autarchici, che continuano ad avere informazioni sul paese di origine, ma non hanno contatti con la realtà locale, sembrano prevalere tra ex insegnanti ed impiegati, mentre commercianti, liberi professionisti e imprenditori prevalgono tra gli integrati.

Conclusioni

I risultati della ricerca

La creazione di impresa e il lavoro autonomo in emigrazione non risponde ad un modello unico: né per quel che riguarda la sua genesi, né per quel che riguarda le condizioni di esistenza, né infine per quel che riguarda le prospettive.

Per quel che riguarda la genesi, la letteratura sul tema (Cfr. per una panoramica recente: M. Ambrosini, e P. Schellenbaum, *La comunità sommersa. Un'indagine sull'immigrazione a Milano*, Quaderni Cariplo ISMU n. 3/94) ha mostrato come si diano tre forme principali di creazione di lavoro autonomo o microimpresa in emigrazione:

- la nicchia etnica
- la alternativa alla perdita del lavoro dipendente
- l'imprenditoria immigrata come risorsa

Il modello della nicchia etnica prevede che l'imprenditore offra prodotti e servizi tipici della cultura di origine ai propri connazionali, che, non trovando i prodotti (soprattutto abbigliamento ed alimentari) del paese di origine nel mercato locale, esprimono una domanda che crea spazio ad una economia limitata.

L'imprenditore ha allora la possibilità di un segmento di mercato ristretto (in quanto limitato ai propri connazionali) e tuttavia stabile; un segmento che è all'inizio di import export e in seguito di produzione e offerta di servizi isolato dalle grandi correnti di innovazione. Anzi è per definizione conservatore.

Il modello del lavoro autonomo e della piccola impresa come effetto dell'espulsione dal lavoro dipendente vede protagonisti ex operai o assimilati che ricorrono alla autoimprenditoria per mancanza di alternative: dopo l'espulsione dalla fabbrica la sola scelta è tra il rientro e la creazione di un nuovo posto di lavoro e i più intraprendenti corrono il rischio imprenditoriale offrendo prodotti e servizi derivanti dalla precedente

esperienza di dipendente. Anche qui manca molto spesso l'innovazione, ma il mercato non è limitato alla sola comunità etnica di appartenenza.

Questo modello è ripartibile in due submodelli: nel primo l'ex operaio offre prodotti complementari all'offerta di prodotti già presente nel mercato locale e con cui non può competere in termini di investimento richiesto, ritagliandosi gli spazi di complementarità dell'offerta, nel secondo il lavoratore autonomo o l'imprenditore straniero offre prodotti dello stesso tipo di quelli già presenti sul mercato locale, ma a prezzi più bassi ed a condizioni di offerta migliore. La sua capacità di utilizzare le risorse della comunità e la propria disponibilità ad un maggiore autosfruttamento permettono di ridurre notevolmente i costi del lavoro e della produzione.

Il modello della creazione di impresa che possiamo definire basato sull'emigrazione come risorsa prevede che i prodotti offerti dall'impresa creata dall'imprenditore di origine etnica sono prodotti innovativi rispetto al mercato locale, ma non riferiti ai soli consumatori di origine etnica, anzi sono apprezzati dal mercato locale in quanto costituiscono una vera e propria innovazione di prodotto e talvolta di processo, hanno una qualità di valore aggiunto in termini di differenza culturale.

Le imprese dell'ethnic business, come abbiamo già detto, conservatrici per definizione, tendono ad isolarsi dalla società locale ed a rinchiudersi nell'enclave etnica che garantisce la propria sopravvivenza. Offrono poche opportunità di sviluppo in un'epoca i cui i processi migratori sono visti come sostanzialmente bloccati, ma richiedono poco in termini di assistenza e servizi. In compenso tendono a mantenere una costante relazione con il paese di origine almeno per quel che riguarda la fornitura di prodotti tradizionali.

Le imprese nate come alternativa alla perdita del lavoro dipendente hanno comportamenti differenziati a seconda del ruolo complementare o sostitutivo che esse ricoprono: nel primo caso, integrandosi meglio nel tessuto produttivo locale e quindi partecipando alla realtà anche associativa del mondo imprenditoriale, nel secondo caso tendendo a fare uno sforzo maggiore sulle risorse familiari ed autosfruttamento per poter offrire gli stessi prodotti del mercato locale a prezzi più competitivi.

Entrambe hanno prospettive limitate di sviluppo in una ottica di interscambio tra i paesi di emigrazione e i paesi di accoglienza.

Le imprese che offrono prodotti innovativi, che al di là della nicchia etnica riescono a trovare una buona accoglienza anche da parte della società di accoglienza, sono nello stesso tempo le imprese più dinamiche sia dal punto di vista del fabbisogno di assistenza e servizi, di relazioni con la società locale sia dal punto di vista delle relazioni con il paese di origine.

La ricerca ha cercato di indagare le origini, la consistenza, le condizioni di esistenza e soprattutto le prospettive di sviluppo di questi diversi gruppi, utilizzando le informazioni ricavate dai livelli di integrazione e di informazione realizzati.

Non è possibile determinare direttamente quale sia il comportamento delle singole imprese (le domande relative alle motivazioni del lavoro autonomo ci hanno mostrato come per il 47% la risposta sia "desiderio di attività autonoma", ma questa risposta ci impedisce di comprendere quale specifico segmento di mercato sia occupato dall'imprenditore, il fatturato è per la maggior parte del gruppo di intervistati al di sotto dei 500 milioni, il numero degli addetti è per la quasi totalità al di sotto dei 50 dipendenti, i prodotti e servizi offerti sono ripartiti per grandi categorie merceologiche e non per specifici target di mercato...) per queste ragioni abbiamo utilizzato degli indicatori indiretti che ci consentissero di comprendere quale sia la realtà.

Siamo partiti dalle ipotesi che questi gruppi mostrano caratteristiche diverse in relazione a tre variabili decisive (oltre che ai prodotti e servizi che esse offrono, e che spesso si distinguono poco l'uno dall'altro).

Le tre variabili decisive ci sono sembrate:

- il fabbisogno di assistenza e servizi
- le reti e i network di relazioni di scambio con la società locale
- le prospettive di sviluppo dell'import export con l'Italia

I tre gruppi si distinguono tra loro in relazione a queste variabili come caratterizzati da un livello basso, medio e alto che varia per ciascuno dei gruppi stessi: basso il fabbisogno di assistenza e servizi per le imprese caratterizzate dal modello della nicchia etnica, medio per l'impresa alternativa al lavoro dipendente e alto per l'impresa di innovazione.

Lo stesso gradiente mostra il network di relazioni dell'impresa con la società locale: basso il sistema di relazioni per le imprese caratterizzate dal modello della nicchia etnica, medio per l'impresa alternativa al lavoro dipendente e alto per l'impresa di innovazione.

Le prospettive di sviluppo dell'import export infine sono basse per l'impresa alternativa al lavoro dipendente, medie per le imprese caratterizzate dalla nicchia etnica e alte per le imprese di innovazione.

Come è evidente tali ripartizioni ricordano le ripartizioni tra imprese che abbiamo già definito: isolate, autarchiche, assimilate e integrate.

Infatti se confrontiamo tra loro i due schemi seguenti: il primo come modello puramente teorico costruito sul modello della genesi dell'impresa:

Tavola 141a Fabbisogni delle imprese

| | fabbisogno di assistenza e servizi | di network di relazioni con la società locale | le prospettive di sviluppo dell'import export |
|--|------------------------------------|---|---|
| la nicchia etnica | basso | basso | medio |
| l'imprenditoria alternativa al lavoro dipendente | medio | medio | basso |
| l'imprenditoria di innovazione | alto | alto | alto |

e il secondo costruito sulla rilevazione diretta dei dati:

Tavola 141b Fabbisogni delle imprese

| | assistenza servizi | e contatti | Informazioni |
|-------------------|-----------------------|--------------|--------------|
| <i>Autarchici</i> | <i>bassi</i> | <i>bassi</i> | <i>medi</i> |
| <i>Isolati</i> | <i>bassi</i> | <i>bassi</i> | <i>bassi</i> |
| <i>Assimilati</i> | <i>medi</i> | <i>medi</i> | <i>bassi</i> |
| <i>Integrati</i> | <i>alti</i> | <i>alti</i> | <i>alti</i> |

possiamo renderci conto che il gruppo degli autarchici e dell'impresa creata sulla base di una nicchia etnica da un lato e degli integrati e dell'impresa di innovazione dall'altro coincidono, tra loro, mentre l'imprenditoria che avevamo rispettivamente definito sostitutiva e complementare può coincidere con le due fasce dell'impresa che avevamo definito isolati e assimilati.

Abbiamo quindi la possibilità di definire le tipologie di impresa in emigrazione secondo due linee esplicative: il comportamento nella società locale (Cfr. tavola 142) e una possibile genesi (Cfr. tavola 143) in base alla seguente equivalenza:

| | |
|-------------------|--------------------------------|
| <i>Autarchici</i> | la nicchia etnica |
| <i>Isolati</i> | sostitutiva |
| <i>Assimilati</i> | complementare |
| <i>Integrati</i> | l'imprenditoria di innovazione |

Tavola 142 Indice di integrazione: comportamento nella società locale

| | Numero Pct Col | STATO | | | Totale di riga |
|----------------------|-------------------|-------------|--------------|------------------------|-------------------|
| | | Belgio 1 | Francia 2 | Gran Bre tagna 3 | |
| PRET1 | | | | | |
| isolati | 1,00 | 90 36,4 | 87 36,7 | 140 62,5 | 317 44,8 |
| autarchici | 2,00 | 44 17,8 | 16 6,8 | 28 12,5 | 88 12,4 |
| assimilati | 3,00 | 68 27,5 | 91 38,4 | 40 17,9 | 199 28,1 |
| integrati | 4,00 | 45 18,2 | 43 18,1 | 16 7,1 | 104 14,7 |
| Totale di colonna | | 247 34,9 | 237 33,5 | 224 31,6 | 708 100,0 |

Mancate risposte: 42

Tavola 143 Indice di integrazione; possibile genesi

| | Numero Pct Col | STATO | | | Totale di riga |
|----------------------|-------------------|-------------|--------------|------------------------|-------------------|
| | | Belgio 1 | Francia 2 | Gran Bre tagna 3 | |
| PRET1 | | | | | |
| sostitutiva | 1,00 | 90 36,4 | 87 36,7 | 140 62,5 | 317 44,8 |
| n. etnica | 2,00 | 44 17,8 | 16 6,8 | 28 12,5 | 88 12,4 |
| complementare | 3,00 | 68 27,5 | 91 38,4 | 40 17,9 | 199 28,1 |
| innovazione | 4,00 | 45 18,2 | 43 18,1 | 16 7,1 | 104 14,7 |
| Totale di colonna | | 247 34,9 | 237 33,5 | 224 31,6 | 708 100,0 |

Mancate risposte: 42

Possiamo riformulare quindi nei nuovi termini le analisi precedenti in questo modo: le imprese che costituiscono la nicchia etnica sono una minoranza (il 12,4%) del gruppo di intervistati, la grande maggioranza è costituita dalle imprese che emergono come sola alternativa al lavoro dipendente (il 73%) per i due terzi imprese sostitutive dell'offerta del mercato locale e per un terzo ad esso complementari, il restante 14,7% è costituito dall'impresa che nasce offrendo una innovazione di prodotto e/o di servizi.

Questi valori medi si distribuiscono nei singoli paesi in modo caratteristico: in Belgio e Francia le imprese che abbiamo definito appartenere ai gruppi "impresa sostitutiva" e impresa innovativa hanno la medesima ripartizione percentuale (rispettivamente 36% e 18%), mentre in Belgio sono molto più numerose le imprese che abbiamo definito di nicchia etnica e in Francia al contrario le imprese complementari. In Gran Bretagna al contrario hanno la forte preminenza le imprese a carattere sostitutivo delle aziende britanniche (oltre il 62%) del totale e il restante 30% si suddivide tra il 17% delle imprese della nicchia etnica e il 10% delle imprese complementari.

Verificando, come avevamo già mostrato, la ripartizione delle imprese per settore produttivo, forniamo un'ulteriore conferma alla nostra analisi:

- l'artigianato ha una funzione prevalentemente sostitutiva (45%) e complementare (37%): è, si può dire la tipica piccola impresa messa in piedi dagli ex operai o artigiani in risposta all'espulsione dalla fabbrica.
- il commercio al dettaglio ha uno spazio in quanto offre a prezzi competitivi prodotti in grado di sostituirsi al prodotto del mercato locale, nella sua versione di impresa sostitutiva (45%), quanto di offrire prodotti nuovi, marcati dalla differenza culturale;
- il commercio all'ingrosso e l'import export hanno un peso notevole in quella che abbiamo definito impresa innovativa (32%), in quanto apportano al paese prodotti materiali ed immateriali che costituiscono una specifica differenza culturale (i prodotti legati all'emigrazione come risorsa);
- l'edilizia ha un ruolo prevalentemente sostitutivo (46%) attraverso i costi più bassi o complementare all'industria locale con cui non entra in competizione (34%);

- la ristorazione ha un buon successo (il 56%) come settore sostitutivo (e questo toglie credibilità all'idea che le pizzerie ed i ristoranti italiani siano utilizzati solo dai nostri connazionali: molte volte la cucina italiana è una vantaggiosa alternativa al fast food e alla cucina locale);
- i servizi si sono ritagliati uno spazio come settore complementare all'offerta nazionale (37%) in questi paesi: ma per certi versi sono già in grado di rappresentare un settore interamente concorrenziale (il 40%).

Tavola 144 Indice di integrazione ripartito per settore prevalente

| SETPR1 | Numero Pct Col | PRET1 | | | | Totale di riga |
|----------------------|-------------------|-------------------------|------------------------|---------------------------|-------------------------|-------------------|
| | | sostitut iva 1,00 | n. ethnic a 2,00 | compleme ntare 3,00 | innovazi one 4,00 | |
| artigianato | 1 | 32 10,2 | 8 9,2 | 26 13,1 | 4 3,8 | 70 10,0 |
| commercio al det | 2 | 65 20,8 | 20 23,0 | 39 19,6 | 20 19,2 | 144 20,5 |
| comm ing imp-exp | 3 | 13 4,2 | 15 17,2 | 15 7,5 | 21 20,2 | 64 9,1 |
| edilizia | 4 | 24 7,7 | 6 6,9 | 18 9,0 | 4 3,8 | 52 7,4 |
| industria | 5 | 4 1,3 | 5 5,7 | 4 2,0 | 12 11,5 | 25 3,6 |
| ristorazione | 7 | 121 38,7 | 22 25,3 | 47 23,6 | 24 23,1 | 214 30,4 |
| servizi | 8 | 54 17,3 | 11 12,6 | 50 25,1 | 19 18,3 | 134 19,1 |
| Totale di colonna | | 313 44,5 | 87 12,4 | 199 28,3 | 104 14,8 | 703 100,0 |

Coefficiente di contingenza
,32468Significatività
,00000

Mancate risposte: 47

Tavola 144 Indice di integrazione ripartito per settore prevalente

Belgio

| Numero Pct Col | PRET1 | | | | Totale di riga |
|----------------------|----------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| | sostituitiva 1,00 | n. etnica 2,00 | completare 3,00 | innovazioni 4,00 | |
| SETPR1 | | | | | |
| 1 | 13 | 4 | 11 | 3 | 31 |
| artigianato | 14,4 | 9,1 | 16,2 | 6,7 | 12,6 |
| 2 | 41 | 14 | 26 | 10 | 91 |
| commercio al det | 45,6 | 31,8 | 38,2 | 22,2 | 36,8 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 14 | 29 |
| comm ing imp-exp | 5,6 | 11,4 | 7,4 | 31,1 | 11,7 |
| 4 | 6 | 5 | 7 | 2 | 20 |
| edilizia | 6,7 | 11,4 | 10,3 | 4,4 | 8,1 |
| 5 | | | 1 | 3 | 4 |
| industria | | | 1,5 | 6,7 | 1,6 |
| 7 | 12 | 10 | 9 | 9 | 40 |
| ristorazione | 13,3 | 22,7 | 13,2 | 20,0 | 16,2 |
| 8 | 13 | 6 | 9 | 4 | 32 |
| servizi | 14,4 | 13,6 | 13,2 | 8,9 | 13,0 |
| Totale di colonna | 90 36,4 | 44 17,8 | 68 27,5 | 45 18,2 | 247 100,0 |

Coefficiente di contingenza
,37418Significatività
,00195

Mancate risposte: 3

Tavola 145 Indice di integrazione ripartito per settore prevalente

Francia

| SETPR1 | Numero Pct Col | PRET1 | | | | Totale di riga |
|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| | | sostituitiva 1,00 | n. etnica 2,00 | completare 3,00 | innovazioni 4,00 | |
| 1 | | 11 | 2 | 10 | | 23 |
| artigianato | | 12,6 | 12,5 | 11,0 | | 9,7 |
| 2 | | 11 | | 9 | 7 | 27 |
| commercio al det | | 12,6 | | 9,9 | 16,3 | 11,4 |
| 3 | | 3 | 5 | 8 | 6 | 22 |
| comm ing imp-exp | | 3,4 | 31,3 | 8,8 | 14,0 | 9,3 |
| 4 | | 18 | 1 | 11 | 2 | 32 |
| edilizia | | 20,7 | 6,3 | 12,1 | 4,7 | 13,5 |
| 5 | | 3 | 5 | 2 | 9 | 19 |
| industria | | 3,4 | 31,3 | 2,2 | 20,9 | 8,0 |
| 7 | | 12 | 1 | 14 | 9 | 36 |
| ristorazione | | 13,8 | 6,3 | 15,4 | 20,9 | 15,2 |
| 8 | | 29 | 2 | 37 | 10 | 78 |
| servizi | | 33,3 | 12,5 | 40,7 | 23,3 | 32,9 |
| Totale di colonna | | 87 36,7 | 16 6,8 | 91 38,4 | 43 18,1 | 237 100,0 |

Coefficiente di contingenza
,44947Significatività
,00000

Mancate risposte: 13

Tavola 146 Indice di integrazione ripartito per settore prevalente

Gran Bretagna

| SETPR1 | Numero Pct Col | PRET1 | | | | Totale di riga |
|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|--------------------|---------------------|-------------------|
| | | sostituitiva 1,00 | n. etnica 2,00 | completare 3,00 | innovazioni 4,00 | |
| artigianato | 1 | 8 5,9 | 2 7,4 | 5 12,5 | 1 6,3 | 16 7,3 |
| commercio al det | 2 | 13 9,6 | 6 22,2 | 4 10,0 | 3 18,8 | 26 11,9 |
| comm ing imp-exp | 3 | 5 3,7 | 5 18,5 | 2 5,0 | 1 6,3 | 13 5,9 |
| industria | 5 | 1 ,7 | | 1 2,5 | | 2 ,9 |
| ristorazione | 7 | 97 71,3 | 11 40,7 | 24 60,0 | 6 37,5 | 138 63,0 |
| servizi | 8 | 12 8,8 | 3 11,1 | 4 10,0 | 5 31,3 | 24 11,0 |
| Totale di colonna | | 136 62,1 | 27 12,3 | 40 18,3 | 16 7,3 | 219 100,0 |

Coefficiente di contingenza
,35283

Significatività
,02774

Mancate risposte: 47

Alcune generalizzazioni

L'esperienza di ricerca sulle pmi in Europa si è rivelata lunga e difficile, forse più di quanto avevamo previsto. Le difficoltà di individuazione del nostro gruppo di intervistati sono state soltanto le prime e per certi versi le più semplici da affrontare. Man mano che abbiamo proceduto, abbiamo incontrato altre difficoltà: la inadeguatezza per certi versi del questionario, strutturato per una realtà più ricca e articolata che quella che si è rivelata presente, le difficoltà delle verifiche statistiche delle ipotesi formulate. Provando a generalizzare i primi risultati della ricerca possiamo far notare innanzitutto i seguenti punti:

- Le imprese nate dall'emigrazione italiana in Europa sono un po' dappertutto piccole, di dimensioni minime per fatturato e per numero di addetti, lavorano prevalentemente sul mercato locale e in settori per la gran parte tradizionali: ristorazione, commercio al dettaglio, artigianato. Non mancano i servizi innovativi di consulenza, ma il loro peso è scarso.
- Sono imprese create per lo più da ex operai e assimilati o artigiani che pongono al centro il desiderio di un'attività autonoma, nate negli ultimi venti anni con pochissimi rapporti con altre imprese italiane e /o nazionali e con pochi o nulli riferimenti al mercato italiano, persone in molti casi con un buon livello di scolarizzazione, ma che per il 70% non ha frequentato corsi di formazione specifica.
- Nella maggioranza dei casi è scarsa l'assistenza che hanno ricevuto, sono carenti i servizi utilizzati, sono minimi i contatti con le strutture associative, le adesioni alle associazioni di categoria.
- Il 75% dell'imprenditoria in emigrazione non ha ricevuto nessuna assistenza, il 16% ne ha ricevuta assai poca e prevalentemente burocratica, soltanto una minoranza ha ricevuto una buona assistenza (ma in Gran Bretagna praticamente nessuna).
- Il 63% non ha utilizzato nessuno o pochissimi dei servizi a disposizione
- L'81% non ha nessuno o pochi contatti con le strutture associative

- Il 70% risponde alla domanda relativa all'importanza delle strutture associative, affermando per il 34% di non sapere per il 14,8% di ritenerle poco importanti e per il 21% di ritenerle addirittura inutili
- La maggior parte ha fatto ricorso come sole forme di finanziamento all'autofinanziamento e al prestito bancario
- Se gli imprenditori non sembrano lamentarsi troppo di questa situazione, ritenendosi tuttavia soddisfatti dei servizi ottenuti nel caso dei servizi di bassa fascia, e in gran parte ritenendo che le strutture associative siano inutili, si lamentano tuttavia della qualità dei servizi di fascia più alta
- Sono scarse le informazioni e quindi i rapporti con l'Italia, o con la regione di provenienza
- Il 75% ha nessuna informazione o soltanto generiche sull'Italia e il 73% ha nessuna informazione o soltanto generica sulla regione di provenienza
- E' scarsa la richiesta di informazione e servizi innovativi, ma tra le principali richieste troviamo le normative europee relative agli incentivi alle pmi
- Tuttavia a fianco di queste strutture che costituiscono la realtà maggioritaria dal punto di vista della presenza delle pmi in emigrazione, esistono strutture piccole, ma dinamiche, che mostrano un buon livello di inserimento nel tessuto della società locale e molte volte un buon livello di informazione sull'Italia o sulla regione di provenienza, che sono interessate a sviluppare relazioni commerciali con l'Italia.
- Le tipologie di inserimento delle pmi in emigrazione sono diverse tra loro: a partire da due serie di indicatori decisivi quali l'assistenza ricevuta, i servizi utilizzati e i contatti con le strutture associative da un lato e le informazioni possedute sull'Italia e sulla regione di provenienza dall'altro, possiamo riconoscere 4 modelli fondamentali (dei tipi ideali):
 - Imprese che agiscono in una rete con la società locale scarsamente strutturata e con scarsa o nulla informazione sull'Italia (gli isolati)
 - Imprese che agiscono in una rete scarsamente strutturata a livello locale ma con un buon livello di informazione sull'Italia e sulla regione di origine (gli autarchici)
 - Imprese a forte rete sociale con la realtà locale, senza rapporto con l'Italia (gli assimilati)

- Imprese a forte rete sociale e con grande informazione sull'Italia (gli integrati)
- Probabilmente i 4 tipi puri rappresentano 4 modelli diversi di creazione di impresa e lavoro autonomo in emigrazione:
 - Gli autarchici rappresentano l'impresa che nasce e vive nella nicchia etnica
 - Gli integrati l'impresa che offre prodotti innovativi anche per la società locale utilizzando come risorsa la stessa emigrazione, cioè il plusvalore derivante dalla differenza culturale
 - Gli isolati e gli assimilati l'impresa nata da ex dipendenti operai che hanno dato vita ad attività autonome perché espulsi dal circuito produttivo e hanno scelto o di dedicarsi alla produzione di beni e servizi complementari all'offerta della società locale (gli assimilati) ovvero di offrire prodotti simili a prezzi più competitivi, puntando sull'economia di tipo familiare e su un maggiore autosfruttamento (gli isolati).

Le associazioni dell'emigrazione e le istituzioni hanno quindi un duplice ruolo:

- Potremmo definire l'uno di prima assistenza: garantire alle imprese più deboli le condizioni di partenza affinché possano uscire dalla marginalità sociale in cui rischiano di avvilupparsi (un 57% delle imprese nate dall'emigrazione italiana)
- Potremmo definire l'altro di seconda assistenza, cioè rinforzare nelle imprese più vitali le condizioni per il loro ulteriore sviluppo (un 16% di tutte le imprese nate dall'emigrazione)
- In particolare:

Le imprese nate dalla nicchia etnica (12,4%) e le imprese di innovazione (14,7%) offrono le prospettive più interessanti di sviluppo dell'import export

Le imprese assimilate complementari (28,1%) e le imprese integrate innovative (14,7%) sono le imprese meno bisognose di interventi.

Le imprese isolate e autarchiche rispettivamente di sostituzione (44,8%) e di nicchia etnica (12,4%) sono le più deboli e su di esse l'intervento di sostegno e promozione deve essere maggiormente calibrato, essendo d'altra parte le imprese che esprimono una maggiore domanda in termini di servizi ed informazioni fino ad oggi rimasta inevasa, come rivela

la tavola seguente da cui emerge che il 70% delle imprese isolate e il 55% delle imprese "autarchiche" esprimono una domanda di informazioni e servizi, mentre soltanto il 43% delle imprese assimilate e il 27% degli integrati fanno altrettanto.

Tavola 147 Indice di integrazione ripartito per esigenza di informazioni

| | | PRET1 | | | | Totale di riga |
|----------------------|-----------------|---------------|-------------------|-----------------|-------------|-------------------|
| Numero Pct Col | sostitut iva | n. etnic a | compleme ntare | innovazi one | | |
| | 1,00 | 2,00 | 3,00 | 4,00 | | |
| INFOS2 | | | | | | |
| no | ,00 | 97 | 11 | 52 | 11 | 171 |
| | | 30,6 | 12,5 | 26,1 | 10,6 | 24,2 |
| si | 1,00 | 220 | 77 | 147 | 93 | 537 |
| | | 69,4 | 87,5 | 73,9 | 89,4 | 75,8 |
| Totale di colonna | | 317 44,8 | 88 12,4 | 199 28,1 | 104 14,7 | 708 100,0 |

Coefficiente di contingenza
,18325

Significatività
,00002

Mancate risposte: 42

Più in particolare possiamo riprendere a questo punto le richieste di informazioni e servizi che avevamo precedentemente analizzato, sapendo che di essi hanno bisogno soprattutto le pmi più deboli: al primo posto troviamo informazioni sui prodotti e sul settore (21%), seguito da informazioni sui fornitori di prodotti italiani (14%), fiere (10%) finanziamenti europei alle pmi e normativa e da informazioni su normative e leggi (12% complessivamente) e da informazioni politiche culturali ed economiche. In ogni paese queste percentuali si modulano differentemente, come è illustrato dall'ultima tavola di questo rapporto, ma è comunque su questi terreni che è necessario svolgere un intervento puntuale, mirato per dare anche a questi nostri connazionali una chance reale di libertà.

Tavola 148 Informazioni e servizi interessato a ricevere

| | STATO | | | Totale di riga | |
|----------------------|-------------------|-------------|-------------|-------------------|-------------------|
| | Numero Pct Col | Belgio | Francia | | Gran Bre tagna |
| | | 1 | 2 | 3 | |
| \$INFOSER | | | | | |
| | 2 | 78 | 108 | 102 | 288 |
| prodotti e di setto | | 18,0 | 20,7 | 24,6 | 21,0 |
| | 3 | 37 | 93 | 67 | 197 |
| fornitori pr. it | | 8,5 | 17,8 | 16,2 | 14,4 |
| | 4 | 34 | 75 | 41 | 150 |
| fiere | | 7,9 | 14,3 | 9,9 | 10,9 |
| | 5 | 11 | 60 | 37 | 108 |
| fin eur a pmi | | 2,5 | 11,5 | 8,9 | 7,9 |
| | 6 | 25 | 8 | 12 | 45 |
| normativa e leggi | | 5,8 | 1,5 | 2,9 | 3,3 |
| | 7 | 32 | 26 | 21 | 79 |
| turismo | | 7,4 | 5,0 | 5,1 | 5,8 |
| | 8 | 10 | 14 | 8 | 32 |
| poss. attività in I | | 2,3 | 2,7 | 1,9 | 2,3 |
| | 9 | 4 | 11 | 9 | 24 |
| az. inter. a BFGB | | 2,1 | 2,2 | 1,8 | |
| | 10 | 82 | 22 | 16 | 120 |
| Inf pol cult econ | | 18,9 | 4,2 | 3,9 | 8,8 |
| | 11 | 10 | 7 | 8 | 25 |
| diritti immigr | | 2,3 | 1,3 | 1,9 | 1,8 |
| | 12 | 1 | 6 | 4 | 11 |
| scuola italiana | | ,2 | 1,1 | 1,0 | ,8 |
| | 13 | 24 | 20 | 16 | 60 |
| imp exp | | 5,5 | 3,8 | 3,9 | 4,4 |
| | 14 | 2 | 7 | 0 | 9 |
| trasporti | | ,5 | 1,3 | ,0 | ,7 |
| | 15 | 10 | 5 | 19 | 34 |
| corsi | | 2,3 | 1,0 | 4,6 | 2,5 |
| | 16 | 16 | 10 | 10 | 36 |
| altro | | 3,7 | 1,9 | 2,4 | 2,6 |
| | 17 | 57 | 51 | 44 | 152 |
| non saprei | | 13,2 | 9,8 | 10,6 | 11,1 |
| Totale di colonna | | 433 31,6 | 523 38,2 | 414 30,2 | 1370 100,0 |

Percentuali e totali basati sulle risposte
712 risposte valide; 38 mancate risposte

