

Storie e progetti imprenditoriali dei cinesi di Prato raccontati da un'indagine effettuata dalla Camera di Commercio di Prato

Sono 75 gli imprenditori cinesi che si sono mostrati disponibili ad aderire alla ricerca coordinata dall'Ufficio Studi della Camera di Commercio di Prato con la collaborazione di Anna Marsden nel periodo a cavallo tra l'estate e l'autunno 2009. La ricerca, realizzata mediante interviste dirette agli imprenditori, si proponeva il duplice obiettivo di aumentare il grado di conoscenze sulle caratteristiche e peculiarità delle imprese a conduzione cinese presenti sul territorio e di compiere un primo passo nella direzione dell'apertura di un confronto costruttivo con questa importante componente dell'imprenditoria locale, a partire, innanzitutto, dalla rilevazione dei problemi e delle richieste da essa provenienti.

DATI IMPRESE CINESI Nel corso dei primi nove mesi del 2009 il numero di imprese attive ad esclusiva conduzione cinese, iscritte alla Camera di Commercio di Prato, è aumentato del 10,6% rispetto alla fine del 2008. A settembre 2009 le aziende cinesi risultano essere 4.366, alle quali occorre aggiungere una trentina di aziende promosse congiuntamente a cittadini di altre nazionalità (italiani, ma non solo). L'imprenditoria cinese continua comunque i suoi connotati tipici in termini di elevato turn-over, il cui tasso, a settembre 2009, era pari al 47,6%.

GLI INTERVISTATI Il 60% degli intervistati ha meno di 40 anni, è sposato con figli e ha una rete familiare numerosa, anche se non tutti i componenti risiedono sul territorio pratese. Il 52% di loro ha la licenza media, ma il 6% è laureato, mentre il 32% ha il diploma di scuola media superiore; sono proprio quelli che risiedono in Italia da più tempo ad avere il titolo di studio più basso. Oltre il 50% di questi imprenditori gestisce piccole attività con meno di 5 dipendenti; naturalmente la stragrande maggioranza degli intervistati opera nel settore delle confezioni e del commercio.

L'ARRIVO A PRATO Per il 47% degli intervistati Prato non è stata la prima destinazione, ma sono arrivati da altre località italiane; la scelta di emigrare risale a molti anni indietro, tanto che il 41% degli intervistati è a Prato da prima del 1999. Il 40% del campione non faceva l'imprenditore prima dell'attività di cui è adesso titolare (o perlomeno al momento dell'intervista). Proprio qui è infatti stato possibile per loro realizzare il sogno di mettersi in proprio. Le potenzialità di mercato per la realizzazione delle proprie aspirazioni imprenditoriali e l'esistenza di ampie reti familiari e comunitarie hanno costituito i principali fattori attrattivi verso Prato per la maggioranza degli intervistati. Talvolta la scelta di venire a Prato è stata originata proprio dall'offerta di lavoro in un'azienda locale (generalmente cinese), ma ben più frequentemente ciò che ha spinto al trasferimento è stato il progetto di aprirvi un'impresa e/o la presenza di familiari già stabiliti nel distretto.

Il 37,5% di coloro che sono alla loro prima esperienza imprenditoriale hanno, infatti, avviato l'azienda entro due anni dall'arrivo a Prato ed un'analogo percentuale in un periodo intercorrente tra i tre e i cinque anni.

LE RETI FAMILIARI Ampiamente confermata appare la centralità della famiglia e della comunità di appartenenza (tanto in ambito locale, quanto in termini di relazioni intrattenute a livello regionale, nazionale, internazionale e con la madrepatria) il cui contributo risulta quasi sempre determinante sin dalle primissime fasi dell'esperienza migratoria. Le reti familiari e comunitarie, inoltre, costituiscono un vero e proprio sistema di riferimento per l'imprenditore cinese e

rappresentano spesso il canale privilegiato per il reperimento delle risorse necessarie all'avvio dell'azienda e alla sua successiva gestione/organizzazione, soprattutto per gli aspetti relativi al reclutamento del personale e allo sviluppo ad ampio spettro dei rapporti d'affari.

Nonostante il supporto indiscutibile della famiglia e della comunità, tuttavia, cominciano ad affiorare i primi segnali di una progressiva trasformazione ed evoluzione dei modelli organizzativi e gestionali delle imprese. Questi segnali trovano riscontro sia nel diverso e più qualificato ruolo –non più relegato ad una assoluta priorità delle funzioni produttive - che l'imprenditore cinese generalmente dichiara di svolgere in prima persona, sia nella presenza di numerosi processi che sembrano condurre ad una crescente apertura delle aziende verso l'esterno.

Infatti la maggioranza degli intervistati (38 su 75) all'interno dell'impresa svolge compiti amministrativi o gestionali.

L'ORGANIZZAZIONE DELL'IMPRESA Complessivamente quasi la metà degli intervistati ha fatto degli investimenti in azienda dopo la sua costituzione, e nella maggioranza dei casi si è trattato di investimenti destinati ad aumentare la capacità produttiva e non ad innalzare la qualità dell'offerta. Una strategia che è totalmente cambiata negli ultimi tempi. Interrogati sulle prospettive future per la propria attività dagli imprenditori emerge, infatti, un netto rafforzamento dell'attenzione verso la ricerca e l'innovazione (che passa dal 9,5% degli investimenti fatti in passato al 17,1% di quelli previsti), nonché, in misura minore, verso l'ampliamento della rete commerciale (dal 16,7% al 20,0%), mentre si riducono sensibilmente (dal 61,0% al 51,4%), pur restando ancora maggioritari, gli investimenti finalizzati semplicemente all'ampliamento delle capacità produttive.

Le risorse per avviare un'attività imprenditoriale nella stragrande maggioranza dei casi sono provenute da risparmi dell'imprenditore o della famiglia o a prestiti di amici. Solo 9 degli intervistati hanno fatto ricorso al credito bancario per l'apertura dell'azienda; un rapporto con il le banche, però, che tende a intensificarsi ad attività avviata. Sono 27 gli imprenditori (pari al 36% degli intervistati) che dichiarano, infatti, di spendere parte dei propri guadagni per la restituzione di debiti a banche o finanziarie italiane, finalizzati alla realizzazione di progetti di investimento e diversificazione e, in alcuni casi, all'acquisto di immobili da adibire ad abitazione.

Sono 15 gli imprenditori intervistati che hanno alle proprie dipendenze italiani; nel 45% dei casi i nostri connazionali svolgono mansioni legate al commerciale e nel 25% amministrative. Ma l'inserimento di personale italiano in azienda è destinato ad aumentare e gli imprenditori intervistati dichiarano di voler assumere personale locale già nei prossimi mesi.

Diversificazione sembra essere la parola d'ordine degli imprenditori cinesi, che nel 44% dei casi dichiarano di voler aprire nuove attività nei prossimi anni, non solo a Prato ma anche in altre zone d'Italia e dell'Europa. E per non legarsi troppo a un solo settore, in molti casi si sceglie di impegnarsi in attività diverse: ad esempio, dei 25 imprenditori che dichiarano di volere aprire altre aziende a Prato, 10 sono interessati ad inserirsi nel commercio e solo 5 vogliono aprire altre aziende di confezioni.

PROSPETTIVE FUTURE Solo il 23% degli intervistati dichiara di voler restare a Prato per sempre, mentre il 58% è indeciso. Ma chi ha una situazione abitativa più stabile è più propenso a restare, anche se permane una forte incertezza anche tra coloro che hanno una casa di proprietà.

Il progetto di avvio di nuove imprese è spesso l'avvenire che gli intervistati ipotizzano pure per i propri figli, ma se un tempo questa costituiva l'unica aspettativa espressa dagli imprenditori cinesi, al punto da scoraggiare l'eventuale insorgere di desideri diversi da parte dei figli, oggi le cose

stanno cambiando e quasi il 25% delle risposte fornite indicano per il futuro dei figli l'esercizio di professioni diverse dall'imprenditore.

Nonostante la lontananza dalla madre patria, restano forti i legami con la Cina: il 52% invia aiuti economici in Cina e oltre il 70% è tornato almeno una volta in patria negli ultimi 5 anni. E alcuni degli intervistati immaginano infatti di tornare a vivere in Cina nei prossimi anni.

La scarsa conoscenza linguistica è indicata dagli imprenditori come il maggiore problema per la propria attività, con un'incidenza del 37% sul totale delle risposte da essi fornite. Quasi il 60% degli intervistati (44 persone, pari al 58,7% del totale) la considerano la principale difficoltà e soltanto poco più del 20%, una percentuale molto vicina a quella di quanti dichiarano di avere un'elevata conoscenza della lingua (livello "buono" o "ottimo"), non la considerano un problema.

CONSIDERAZIONI FINALI I processi di mutazione e maturazione presenti all'interno della comunità imprenditoriale cinese, ed emersi più volte nel corso della ricerca, delineano un quadro che riflette, in buona sostanza, il moltiplicarsi dei momenti di possibile contatto e di interazione con la società pratese. Soprattutto in termini di aspettative e di prospettive per il futuro è possibile cogliere una crescente richiesta, da parte degli intervistati, di una più diretta partecipazione alla vita della città e di un maggiore riconoscimento di diritti al suo interno. Ciò, però, solleva non poche questioni in merito alle numerose difficoltà che gli imprenditori cinesi si trovano a dover affrontare nella loro esperienza di migranti. Accanto ad una diffusa incertezza sul proprio avvenire e, talvolta, ad un profondo senso di sfiducia e diffidenza, non mancano istanze precise che riguardano soprattutto la necessità di superare le barriere determinate dall'enorme differenza linguistica e di migliorare il grado di conoscenza delle leggi e delle regole di funzionamento del mercato italiano.

Sul piano operativo, in termini di implementazione di politiche di integrazione sociale e di progettazione di iniziative mirate, le istituzioni della città (Camera di commercio, ma non solo) dovranno pertanto essere in grado di intercettare la volontà, a più riprese espressa dagli imprenditori che hanno partecipato all'indagine, di migliorare il proprio rapporto con la città e di utilizzare maggiormente gli strumenti (alcuni dei quali già presenti) atti a facilitare l'attività imprenditoriale.

Molti degli intervistati hanno infatti mostrato apprezzamento per la volontà della Camera di Commercio di sviluppare i servizi ad essi rivolti e manifestato la loro fiducia ed aspettativa, lasciando i loro nominativi e recapiti per potere essere ricontattati in futuro.

Notevole, al riguardo, è l'interesse espresso in merito alla possibilità che la Camera di Commercio organizzi corsi di lingua, rispetto ai quali sarebbe comunque opportuno programmare una proposta differenziata, capace di rispondere alle diverse esigenze di orario e ai differenti livelli di competenze linguistiche. Positivo anche il giudizio sullo sportello di mediazione culturale all'interno del quale, la disponibilità di modulistica bilingue, potrebbe essere integrata con l'offerta di servizi di orientamento alla creazione d'impresa e di prima consulenza sulle opportunità di finanziamento.

n. 10 del 09/02/10