



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO

# Diventare Laoban

*Lavoro autonomo, percorsi imprenditoriali  
e progetti migratori dei cinesi in Italia e a Torino*



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO



## Diventare Laoban

---

*Lavoro autonomo, percorsi imprenditoriali  
e progetti migratori dei cinesi in Italia e a Torino*

Camera di commercio industria artigianato e agricoltura di Torino.

Tutti i diritti riservati. Vietata la riproduzione a terzi.

A cura di Camera di commercio di Torino, "Settore Studi, Statistica e Documentazione", via San Francesco da Paola 24, 10123 Torino - [www.to.camcom.it](http://www.to.camcom.it) - e FIERI, Forum Internazionale ed Europeo di Ricerche sull'Immigrazione, via Ponza 3, 10121 Torino - [www.fieri.it](http://www.fieri.it)

Coordinamento editoriale: "Settore Studi, Statistica e Documentazione" Camera di commercio di Torino

Coordinamento grafico: "Settore Comunicazione Esterna e URP" Camera di commercio di Torino

Impaginazione e stampa: Visual Data snc

Finito di stampare: giugno 2011

Stampato su carta ecologica certificata



# Indice

## *Premessa*

---

### *Introduzione*

Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

*di Ferruccio Pastore ed Eleonora Castagnone*..... 3

## Parte I:

### L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

#### *Capitolo primo*

L'imprenditoria straniera in provincia di Torino: tendenze recenti

*di Alberta Coccimiglio* ..... 19

1.1 Gli stock ..... 22

1.2 I flussi ..... 27

1.3 Le principali caratteristiche delle imprese individuali straniere ..... 32

1.4 Le altre forme giuridiche ..... 44

Parte II:  
L'imprenditoria cinese a Torino

*Capitolo secondo*

Obiettivi e metodologia della ricerca

<i>di Melissa Blanchard</i> .....	51
2.1 Obiettivi della ricerca.....	54
2.2 Metodologia e contesto.....	60

---

*Capitolo terzo*

L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

<i>di Melissa Blanchard e Carlotta Maffeo</i> .....	67
3.1 L'immigrazione cinese in Italia.....	67
3.2 Un approfondimento su due poli centrali dell'imprenditoria cinese: Prato e Milano .....	92
3.3 L'immigrazione cinese in Piemonte e a Torino.....	101
3.4 L'associazionismo cinese a Torino .....	113

---

## Indice

---

### *Capitolo quarto*

#### Il quadro quantitativo

*di Claudia Villosio* ..... 119

4.1 Gli imprenditori cinesi in Italia e a Torino ..... 119

4.2 Una fotografia dell'imprenditoria cinese a Torino ..... 127

4.3 Un approfondimento su forma giuridica, fatturato e dimensione delle imprese cinesi .. 135

---

### *Capitolo quinto*

#### Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

*di Melissa Blanchard* ..... 141

5.1 Origine e percorsi migratori degli imprenditori ..... 141

5.2 L'età e le tappe del percorso professionale ..... 144

5.3 Le attività degli imprenditori: scelta del settore e epoca di apertura delle attività ..... 149

5.4 Inserimento locale e prospettive future ..... 154

---

### *Capitolo sesto*

#### I precorsi imprenditoriali dei migranti intervistati

*di Melissa Blanchard* ..... 161

## Indice

---

6.1 Il valore del lavoro indipendente e la strada verso l'impresa .....	161
6.2 Diverse traiettorie d'impresa: monopoli, ramificazioni familiari e iniziative individuali.....	167
6.3 Transazioni intracomunitarie e <i>guanxi</i> : l'accesso al credito ed il reclutamento dei dipendenti.....	182
6.4 La partecipazione degli imprenditori alle associazioni cinesi.....	191
6.5 Ritorno sui temi di un dibattito controverso: la cultura imprenditoriale zhejiangese .....	195
6.6 Un'economia etnica? .....	201

---

### *Conclusioni*

<i>A cura di Melissa Blanchard</i> .....	205
--	-----

---

<i>Ringraziamenti</i> .....	211
-----------------------------	-----

---

<i>Riferimenti bibliografici</i> .....	213
--	-----

---

---

# Premessa

“Diventare Laoban” - parola che in cinese designa l'imprenditore - è il quinto rapporto di ricerca realizzato congiuntamente dalla Camera di commercio di Torino e da FIERI - Forum Internazionale ed Europeo di Ricerche sull'Immigrazione. Il titolo racchiude in sé il tema che questa nuova edizione del rapporto approfondisce: quello dell'intraprendenza imprenditoriale della comunità cinese che vive e lavora in provincia di Torino.

Le ragioni di una scelta tematica come questa sono legate, da un canto, alla particolare fisionomia che l'imprenditoria cinese ha acquisito nel tempo; dall'altro, alla volontà di aumentare la conoscenza reciproca, scardinando i pregiudizi, talora motivati da generalizzazioni e luoghi comuni, che spesso avvolgono questa comunità. L'analisi di quest'anno - condotta sempre affiancando strumenti di indagine statistici ad un approfondito approccio qualitativo - ci ha permesso, così, di scoprire l'importanza che la scelta di un percorso lavorativo autonomo, ed in particolare imprenditoriale, ha nella decisione dei cinesi di migrare: per questa comunità, infatti, l'avvio di un'attività imprenditoriale rappresenta anche un importante mezzo di riconoscimento personale e di ascesa sociale.

Tale ricerca ancora una volta ha avuto origine dalla consapevolezza dell'importanza che il monitoraggio costante dell'imprenditoria straniera in provincia di Torino assume oggi: senza l'analisi di questa preziosa componente, mancherebbe un tassello fondamentale per accrescere il nostro bagaglio informativo sul sistema imprenditoriale nel suo complesso.

*Alessandro Barberis*

Presidente della Camera di commercio di Torino





# Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

*di Ferruccio Pastore ed Eleonora Castagnone*

Questa pubblicazione è il frutto più recente di una collaborazione che procede dal 2004 fra la Camera di commercio di Torino e FIERI, da cui è scaturita una serie di cinque ricerche su aspetti diversi dell'imprenditoria straniera in provincia di Torino. Negli anni, la collaborazione si è approfondita, portando i ricercatori di FIERI e il Settore Studi, Statistica e Documentazione della Camera di commercio a lavorare fianco a fianco, combinando e incrociando le rispettive competenze. Sebbene non stia a noi giudicare i risultati, crediamo che questo modo di lavorare abbia dato frutti interessanti da diversi punti di vista.

In una prospettiva – per così dire – “istituzionale”, ci sembra di aver progressivamente affinato una modalità efficiente ed efficace di collaborazione tra pubblico e privato, in cui i punti di forza di ognuno sono valorizzati. Sul piano metodologico, riteniamo che la *partnership* tra il Settore Studi della Camera di commercio e FIERI abbia consentito di far interagire in maniera fertile approcci quantitativi e qualitativi, a partire da domande concrete sul futuro della società e dell'economia torinese.

Come nelle precedenti edizioni, la ricerca si prefiggeva due obiettivi principali: da un lato, monitorare il fenomeno dell'imprenditoria straniera nel territorio della provincia di Torino

nel suo complesso, ricostruendone l'evoluzione a partire dai dati ricavati dal Registro Imprese della Camera di commercio. Dall'altro lato, abbiamo voluto approfondire aspetti specifici del fenomeno sfaccettato e in continua evoluzione dell'imprenditoria straniera, guardando volta a volta con maggiore attenzione a determinate aree della città, a certi gruppi nazionali e a specifici settori economici. Anche quest'anno, infine, l'approfondimento tematico è stato accompagnato da un puntuale inquadramento statistico, così da collocare gli studi di caso all'interno di un quadro articolato e completo.

### *Le ragioni di una scelta tematica*

*Laoban*, la parola usata nel titolo, è il termine che, in cinese, designa l'imprenditore, specialmente in quanto fondatore e capo dell'impresa. La nostra scelta di quest'anno, di concentrarsi sugli imprenditori di nazionalità cinese, è stata dettata da vari motivi. Innanzitutto ci sono ragioni di ordine puramente quantitativo. La migrazione cinese costituisce uno dei flussi internazionali più intensi a livello planetario: nel 2008, ha toccato un picco di 539 mila arrivi nei paesi OCSE, con un incremento del peso percentuale sul totale dei flussi verso questa area dal 4,9% del 1995 al 9,8% nel 2008 (OCSE, 2010).

In Italia, i cinesi rappresentano il quarto gruppo per importanza numerica, dopo Romania, Albania e Marocco, con oltre 188 mila presenze. In Piemonte, dove ricoprono la stessa posizione nella graduatoria delle collettività straniere, si registrano oltre 12 mila presenze. Per quanto riguarda poi, più nello specifico, il tema della nostra ricerca, alcuni elementi, che verranno illustrati diffusamente nei capitoli curati da Alberta Coccimiglio e Claudia Villosio,

## Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

---

spiegano la nostra scelta di dedicare questo studio agli imprenditori cinesi: essi infatti costituiscono il terzo gruppo di imprenditori extra-UE, in ordine di rilevanza numerica sul territorio torinese, con oltre mille imprese individuali. Essi mostrano un tasso di imprenditorialità (inteso come rapporto tra lavoratori autonomi e numero totale dei residenti di quella provenienza in età lavorativa) fra i più alti tra le maggiori comunità. Il fatturato medio degli imprenditori cinesi, inoltre, è tra i più elevati, dopo gli egiziani e i tunisini. Il volume d'affari complessivo di tutte le imprese con titolare cinese, infine, è secondo solo a quello della collettività romena, in cui però il numero di imprese è quattro volte maggiore.

Anche da un punto di vista qualitativo, l'imprenditoria cinese presenta aspetti di originalità e di notevole interesse. Tali specificità, però, sono sovente presupposte, frutto di pregiudizio o di sbrigative generalizzazioni, piuttosto che di indagini empiriche mirate. Senza voler negare l'esistenza di aspetti problematici (si veda in proposito l'ampio rapporto CNEL, 2011), è importante e urgente, ai fini di una migliore integrazione, smontare il muro di miti e luoghi comuni, sospetti e accuse, da cui la comunità e l'imprenditoria cinese in Italia appaiono circondati.

Per il sorgere di questo muro di scarsa conoscenza reciproca, non esistono responsabilità univoche: esso è piuttosto il frutto di difficoltà di interazione riscontrabili su entrambi i versanti. Il livello di chiusura e di impermeabilità del gruppo cinese, superiore a quello della maggior parte delle collettività di migranti, ha formato il brodo di coltura di pregiudizi ostinati. Sentirsi oggetto di tali pregiudizi non ha certo incoraggiato atteggiamenti di maggiore apertura. Il rischio è che questi atteggiamenti si saldino in un circolo vizioso sempre più stretto e impenetrabile. Questa ricerca vorrebbe contribuire a ridurre tale rischio, e cerca di farlo attenendosi

## Introduzione

---

il più rigorosamente possibile al quadro empirico che gli strumenti di indagine statistica e socio-antropologica ci hanno rivelato.

Un primo incoraggiamento, su questa via certo non facile verso il superamento dei luoghi comuni, ci è venuto dalla constatazione che l'immagine preconstituita di comunità chiusa su sé stessa e poco propensa al dialogo era lontana dalla realtà viva che ci siamo trovati davanti. Persistono naturalmente ostacoli, ma soprattutto le seconde generazioni mostrano chiaramente una più intensa partecipazione alla vita del territorio ed una più efficace integrazione nella società italiana. L'approfondimento che abbiamo dedicato alle associazioni dei giovani cinesi a Torino, impegnate soprattutto nella facilitazione dei processi di integrazione sociale della comunità cinese, e le testimonianze di alcuni giovani imprenditori, ci sembrano fornire indicazioni precise e concrete in questo senso.

Va poi evidenziato che gli studi finora svolti sull'imprenditoria cinese in Italia si sono concentrati soprattutto nelle aree più rilevanti e al tempo stesso più critiche della presenza di questo gruppo in Italia, con un'attenzione particolare ai principali centri di insediamento, primi fra tutti Milano e Prato. Per quanto riguarda, invece, gli studi finora effettuati nel contesto torinese e piemontese, essi si sono focalizzati maggiormente sugli aspetti culturali, sociali e religiosi dell'integrazione (cfr. tuttavia Genova, 2010 in Berzano et al., 2010), oppure hanno preso in considerazione solo specifici settori imprenditoriali (Camera di commercio/FIERI, 2010 e 2009), come i ristoranti e i commerci di generi alimentari. Mancano, dunque, studi sull'imprenditoria cinese nel suo complesso, capaci di analizzare in maniera approfondita e "a tutto tondo" le caratteristiche e le strategie imprenditoriali di questo gruppo a Torino.

## Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

---

### *Oltre alcune ipotesi di partenza*

Dai pochi studi esistenti, emergono due principali ipotesi interpretative in merito alle determinanti del relativo successo dell'imprenditoria cinese in Italia e, in particolare, nel caso torinese. La prima ipotesi si fonda su argomenti di ordine culturale, la seconda su considerazioni di natura geo-economica relative all'eccezionalità della Repubblica Popolare Cinese come paese di origine dell'emigrazione.

La prima di queste linee interpretative si fonda sull'ipotesi che una spesso mal definita "etica confuciana" permei e orienti l'agire, anche economico, dei membri della società cinese, specialmente nei contesti di emigrazione, permettendo di spiegare le speciali caratteristiche di dedizione al lavoro, perseveranza e propensione alla solidarietà comunitaria che si riscontrano negli imprenditori di questa provenienza.

A questi aspetti di ordine morale, filosofico e religioso, si sommano fattori più specifici, che attengono alla cultura imprenditoriale propria dell'area di Wenzhou, nella provincia di Zhejiang, da cui proviene la quasi totalità dei migranti cinesi presenti in Piemonte e a Torino. Questa zona, come racconta in dettaglio Melissa Blanchard nelle pagine che seguono, è stata infatti fin dagli anni Ottanta l'epicentro di un rapidissimo sviluppo economico basato proprio sull'imprenditoria a base familiare. Il modello di promozione sociale basato sulla piccola impresa, che ha costituito il motore della crescita economica in madrepatria, ha sicuramente inciso e ancora incide sul forte orientamento al lavoro autonomo presso i cinesi in emigrazione. Come verrà infatti messo in evidenza nei capitoli che riportano i risultati della nostra indagine socio-antropologica, alla radice della scelta migratoria vi è l'ambizione di

## Introduzione

---

intraprendere un percorso lavorativo autonomo, concepito come mezzo di un'ascesa sociale e personale, che passa attraverso il successo economico e l'affermazione imprenditoriale.

In realtà, alla luce delle biografie e delle interviste raccolte, questa chiave di lettura, prettamente culturalista, risulta corroborata solo in parte. Non emerge dal nostro studio una diffusa vocazione imprenditoriale, intesa come speciale e specifica propensione a elaborare e attuare strategie imprenditoriali, come capacità sistematica di pianificare, avviare e gestire razionalmente l'attività imprenditoriale. Abbiamo bensì rilevato caratteri diffusi e relativamente omogenei di forte motivazione personale, accentuata propensione al rischio, grande spirito di sacrificio e tenacia, che spesso, come verrà messo in evidenza, sconfinano nell'auto-sfruttamento, a discapito del tempo personale e della vita familiare. Ma la modalità operativa che sembra prevalere, più che su lucidi orientamenti strategici, sembra basata su procedure di *trial and error*, su progressivi tentativi e fallimenti, su una sudata efficacia più che sull'efficienza, su una funzionale resilienza e capacità di adattamento, una forte determinazione al successo, e un impegno costante e operoso.

Dal punto di vista delle relazioni interne alla collettività studiata, inoltre, abbiamo rilevato livelli significativi di concorrenza e frammentazione: anche in questo caso, si tratta di un quadro che contraddice l'ideale astratto e statico di una "comunità" di matrice confuciana, stabile e armoniosa.

La seconda ipotesi esplicativa, come già accennato, è invece di natura geo-economica e fa leva sul ruolo determinante della potente madrepatria, come sponda capace di fornire sostegno politico, economico e finanziario alla diaspora, e quindi come indispensabile base del successo delle imprese dei connazionali espatriati.

## Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

---

Questa ipotesi sembra, quantomeno nel caso torinese, di secondaria rilevanza nella spiegazione del successo dei cinesi nel "mettersi in proprio". Le aziende che mantengono legami commerciali imprenditoriali con la madrepatria appaiono una minoranza. Solo il 6% delle attività registrate nella provincia di Torino sono infatti dedite al commercio all'ingrosso, mentre le principali piattaforme commerciali internazionali fanno capo soprattutto a Napoli e a Roma.

Il tessuto imprenditoriale dei cinesi a Torino sembra piuttosto composto da una costellazione di micro e piccole imprese a conduzione soprattutto familiare. Il processo che è ancora oggi in corso è quello di una progressiva stratificazione di attività di più antica fondazione, concentrate inizialmente soprattutto nella ristorazione, alla quale nel tempo si sono affiancate e talvolta succedute attraverso un processo di diversificazione in altri settori, attività nel commercio, nella manifattura e nei servizi alla persona. Non mancano alcune eccezioni, rappresentate da percorsi imprenditoriali di spicco e di più antico arrivo, che la ricerca non manca di portare all'attenzione, ma che costituiscono una parte minoritaria del panorama imprenditoriale cinese nel territorio di Torino.

### *Eccezionalità e paradigmaticità del caso cinese*

Non è obiettivo di questa introduzione anticipare i risultati della ricerca. È forse però utile illustrare alcune peculiarità che molte delle ricerche svolte finora sulla migrazione cinese (non solo in Italia) hanno rilevato, e che risultano in gran parte confermate dal nostro lavoro. Si tratta di elementi caratteristici che attengono a dimensioni diverse, tra cui il rapporto tra cir-



## Introduzione

---

cuiti migratori e processi di inserimento lavorativo, il peso delle reti comunitarie nel plasmare i percorsi di integrazione e la qualità (e intensità) dei legami transnazionali.

Un primo elemento distintivo, che emerge con coerenza dalla letteratura ed è confermato dalla nostra ricerca, è il carattere auto-regolativo dei flussi cinesi verso l'Europa e l'Italia. Secondo un recente rapporto del Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro (CNEL, 2010), la collettività cinese è tra quelle in cui i processi di inserimento occupazionale sono più rapidi; essa infatti mostra tassi di occupazione superiori al 60% già a meno di tre anni dall'ingresso in Italia. In via di ipotesi, questa *performance* comparativamente buona si può spiegare, almeno in parte, con la stretta connessione tra catene migratorie e reti che presiedono all'inserimento lavorativo. In parole povere, le catene migratorie fanno entrare solo persone per cui è già pronto o viene rapidamente individuato un posto di lavoro. Il migrante neo-arrivato non è insomma lasciato a se stesso. Un sostegno a questa ipotesi viene dalle statistiche sui settori occupazionali: i lavoratori cinesi – che rappresentano il 3% dell'occupazione straniera complessiva in Italia – hanno un'incidenza del 13,1% nel commercio, del 6,9% negli alberghi e ristoranti, e del 5,6% nella trasformazione industriale, cioè proprio i settori dove la presenza imprenditoriale cinese è maggiore.

Ci troviamo dunque di fronte a un sistema migratorio che si fonda in larga misura su risorse intra-comunitarie per il finanziamento del processo migratorio e l'assorbimento economico dei nuovi migranti. Le partenze dalla Cina, soprattutto a partire dagli anni Ottanta, nella fase di *revival* migratorio a seguito della riforma di riapertura della Cina voluta da Deng Xiaoping, sono programmate a partire da concrete opportunità di supporto da parte di una rete di parenti o amici già installati nel contesto di destinazione. Questa rete svolge il ruolo

## Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

---

di accogliere il nuovo membro e di avviarlo al lavoro dipendente presso attività di parenti o connazionali.

La decisione di partire, frutto di una concertazione familiare che elegge il membro ritenuto più adatto a compiere l'impresa migratoria facendo da apripista per altri familiari, appare strettamente collegata a questa struttura di opportunità intra-comunitaria attivata fra il paese di partenza e quello di destinazione mediante le reti familiari. La migrazione cinese, dunque, alimenta e produce nuove partenze nella misura in cui è in grado di sostenere questi arrivi, secondo una logica *demand-driven*, che si basa sulla disponibilità dei membri del *network* a finanziare la migrazione e garantire l'integrazione economica a destinazione.

Questo dinamismo migratorio, che si auto-alimenta e si auto-sostenta attraverso i legami intra-comunitari, risulta una risorsa efficace per i propri membri, ma anche una fonte di vantaggi per la società di arrivo, in quanto garantisce un rapido assorbimento nel mercato del lavoro dei nuovi arrivi e un sistema di ammortizzamento economico e sociale efficiente in situazione di crisi. Tuttavia, è un meccanismo che presenta anche aspetti problematici. L'inserimento in reti così chiuse su se stesse e in circuiti economici così auto-referenziali, basati su legami parentali e comunitari fortemente personalizzati, può limitare la mobilità lavorativa e sociale entro i circuiti intra-comunitari, generando fenomeni di segregazione lavorativa connotati da familismo e da legami di dipendenza difficili da sciogliere.

Quanto detto finora, ci conduce direttamente al tema del ruolo delle reti familiari e comunitarie nell'indirizzare e plasmare i processi di integrazione, anche al di là della fase di primo inserimento. Abbiamo visto come sia dentro la famiglia che si concerta e si finanzia la partenza e si attivano i legami con i membri o conoscenti all'estero, deputati alla prima ospi-

## Introduzione

---

talità in Europa e all'inserimento lavorativo dei nuovi arrivati. Ma è sempre presso e grazie a questi *network* che si accede a una formazione *on the job* e si ottengono poi successivamente i prestiti necessari al salto imprenditoriale, obiettivo ideale di un percorso di successo e meta ultima (quella di "diventare Laoban", appunto, come sintetizzato nel nostro titolo) dello stesso progetto migratorio. Ed è ancora soprattutto nel bacino delle proprie reti che si reclutano i collaboratori e i dipendenti per la propria impresa. La fedeltà e il lavoro incondizionato di questi ultimi è garantito proprio dai legami di fratellanza e dalle relazioni incentrate sul *guanxi*.

Il concetto di *guanxi* (la reciprocità intra-comunitaria basata su rapporti di fiducia), con la sua controparte *mianzi* (faccia, reputazione, dignità), che attraverso una funzione di pressione sociale argina possibili forme di devianza (come la mancata restituzione dei prestiti o, dall'altro lato, il sottrarsi al dovere di elargire crediti), sono alla base del comportamento dei cinesi.

In questo tessuto sociale dalle maglie strette non mancano, però, i casi di coloro che, più deboli o meno fortunati, vi restano imbrigliati. Se, da un lato, il sostegno intra-comunitario è infatti una risorsa straordinaria, funzionale al progetto migratorio e a quello imprenditoriale, non va tuttavia ignorato il lato oscuro del capitale sociale, in cui l'equilibrio delicato di relazioni, di aspettative e di doveri, talvolta sottopone i membri che ne fanno parte a doveri di reciprocità e a rapporti di scambio poco sostenibili.

Il terzo tratto specifico, strettamente connesso ai primi due, che abbiamo riscontrato nel nostro lavoro, in coerenza con una parte prevalente della letteratura, riguarda le modalità del transnazionalismo nel caso della diaspora cinese contemporanea.

Il legame primario e di riferimento delle reti dei cinesi all'estero è ovviamente con la madrepatria, con la quale vi è un forte incentivo a mantenere relazioni sociali e culturali, vista la

## Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

---

profonda distanza culturale che i migranti sperimentano nei paesi di destinazione e la necessità di conservare un'identità e una cultura legate alle radici.

Anche dal punto di vista economico, questo legame è fondante in ogni fase dell'esperienza migratoria, dai prestiti ottenuti per la partenza, al ruolo delle rimesse, fino alle relazioni imprenditoriali transnazionali, attraverso il commercio *import-export* o gli investimenti produttivi in patria. Sebbene sia un orientamento minoritario, vi è certamente l'interesse, da parte di alcuni imprenditori più consolidati, a mantenere legami con un paese in forte crescita, dinamico, che offre maggiori opportunità dell'Italia stessa. In questo senso la Cina rappresenta un ribaltamento della tradizionale simmetria madrepatria-migranti, dove il polo forte, in termini di prestigio culturale, sociale, economico, simbolico, non è più rappresentato dalle diaspore e dai contesti di arrivo, ma da coloro che sono "rimasti", protagonisti di un *boom* economico senza precedenti.

Lo stesso ruolo delle associazioni cinesi di "prima generazione" – come mostra Carlotta Maffeo in una sezione di questo rapporto – ha un fondamento fortemente transnazionale. Queste associazioni, in cui il cemento essenziale è la convergenza di interessi economici, e che, come tali, ottengono l'adesione delle famiglie e degli imprenditori più influenti, hanno anche l'obiettivo di formare *lobby* economiche e politiche attive in direzione del Paese di origine.

Dalla nostra ricerca emerge anche come il transnazionalismo della diaspora cinese, più marcatamente di quanto avvenga per la maggior parte delle comunità immigrate presenti in Italia, abbia – dal punto di vista relazionale e spaziale - una fisionomia complessa. Esso non si fonda semplicemente su un sistema di relazioni "a raggiera", in cui il perno di tutto è la società di origine, a cui i nuclei diasporici si riferiscono bilateralmente. Le reti transnazionali cinesi han-

## Introduzione

---

no natura squisitamente e intensamente multilaterale, cioè esse pongono in relazione ciascuna collettività emigrata con la madrepatria, ma contemporaneamente la connettono anche con altri poli di insediamento, principalmente collocati in altri paesi europei o in Nord America.

Queste reti transnazionali complesse, la cui struttura si fonda soprattutto sui *network* famigliari e comunitari estesi su più paesi, veicolano relazioni di natura sociale e culturale, ma si concretizzano anche in azioni di sostegno economico e finanziario. Nel nostro lavoro sono così emersi diversi casi in cui il finanziamento delle imprese in Italia è stato sponsorizzato da parenti e connazionali emigrati in altri paesi europei, sia in forma diretta, attraverso prestiti finalizzati all'apertura di imprese, sia attraverso le cerimonie famigliari (*in primis* i matrimoni), che mobilitano ingenti capitali in una logica di reciprocità.

I tre elementi che abbiamo richiamato (stretto nesso tra catene migratorie e processi di inserimento lavorativo, ruolo forte e ambivalente delle reti familiari e comunitarie nel plasmare i percorsi di integrazione socio-economica, configurazione multilaterale del campo di interazione transnazionale) contrastano con una chiave di lettura, magari non del tutto esplicitata, che spesso informa gli studi sulle migrazioni e sull'imprenditoria cinesi. Ci riferiamo a talune letture eccezionaliste, secondo cui il caso cinese sarebbe per definizione un caso a sé, un'eccezione nel panorama dei *migration studies*, persino un'anomalia. In realtà, i tre aspetti richiamati sopra sono, a ben guardare, propri di gran parte dei contesti migratori e delle composizioni imprenditoriali migratorie.

Alla luce di questa analisi, il caso cinese, più che far emergere elementi specifici ed esclusivi tali da eleggerlo a eccezione o "caso a parte", sembra piuttosto evidenziare tratti comuni alle altre comunità, individuabili però in "dosi" più elevate, al punto di configurarsi come pe-

## Studiare l'imprenditoria cinese, oltre i luoghi comuni

---

culiarità in termini di grado e di intensità. Ci sembra però che questo non debba dissuadere dal tentare confronti sistematici tra questo ed altri casi nazionali, astenendosi da apodittiche presunzioni di non comparabilità.

Rispetto alla società ricevente e al mondo imprenditoriale, l'invito è infine quello ad un approccio più critico all'universo cinese in Italia, che sappia riconoscerne le specificità, ma anche mettere in discussione alcuni luoghi comuni del discorso collettivo. Assumere acriticamente alcune chiavi di lettura correnti, fondate su ipotesi di una separatezza e di una eccezionalità naturali e immutabili della collettività cinese, per di più vista come in sé omogenea, è un atteggiamento che comporta un doppio rischio. Da un lato, quello di penalizzare una componente ampia e dinamica della società italiana e torinese, inducendo magari reazioni poco costruttive. Dall'altro lato, fermandosi al catalogo delle idee correnti, si rischia di annullare in partenza il potenziale economico insito – anche se non ancora sviluppato appieno – in una maggiore collaborazione tra il tessuto economico locale e questo nuovo arcipelago del paesaggio imprenditoriale italiano.



Parte I  
L'imprenditoria straniera  
in provincia di Torino





# L'imprenditoria straniera in provincia di Torino: tendenze recenti

*di Alberta Coccimiglio*

In provincia di Torino, nel corso del 2010, le posizioni imprenditoriali<sup>1</sup> intestate a stranieri hanno superato le 30mila unità (30.122), con un incremento (superiore alla media nazionale, pari al +4,9%) del +5,7% rispetto al 2009, e del +154% dal 2000 ad oggi. Torino si conferma così la terza provincia italiana per presenza imprenditoriale straniera: qui opera il 4,8% delle posizioni straniere registrate sul territorio nazionale, ed il 6,5% delle posizioni complessivamente considerate.

---

*Nota*

<sup>(1)</sup> Il dato fornisce l'informazione su tutte le persone con carica appartenenti a sedi o unità locali non cessate (registrate) presenti nelle diverse provincie di nazionalità comunitaria ed extracomunitaria; ad ogni persona viene associata la prima carica ricoperta in ciascuna impresa.

## Capitolo I

Tabella 1

*Posizioni imprenditoriali intestate a persone di nazionalità straniera. Anno 2010*

	<b>Stock posizioni imprenditoriali stranieri 2010</b>	<b>Peso %</b>	<b>Var. % 2010/2009</b>	<b>Stock posizioni imprenditoriali totali 2010</b>	<b>Peso % stranieri su totale</b>
MILANO	65.912	10,5%	2,2%	718.281	9,2%
ROMA	57.177	9,1%	7,4%	684.940	8,3%
TORINO	30.122	4,8%	5,7%	399.977	7,5%
FIRENZE	18.226	2,9%	4,4%	183.654	9,9%
BRESCIA	15.256	2,4%	0,6%	209.972	7,3%
BOLOGNA	12.882	2,1%	5,5%	169.630	7,6%
VERONA	12.534	2,0%	4,4%	161.596	7,8%
TREVISO	12.364	2,0%	3,0%	155.605	7,9%
NAPOLI	11.827	1,9%	6,9%	418.886	2,8%
GENOVA	10.747	1,7%	5,2%	148.999	7,2%
...					
Totale	628.221	100,0%	4,9%	9.708.051	6,5%

*Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere*

Per il 64% circa, coloro che ricoprono cariche imprenditoriali hanno un'età compresa fra i 30 ed i 49 anni; le donne rappresentano il 26% del totale - a fronte di una percentuale superiore al 30% nel caso delle posizioni imprenditoriali intestate ad imprenditrici italiane. Gli imprenditori individuali rappresentano quasi il 60% delle posizioni imprenditoriali intestate a stranieri; ad essi fan seguito le cariche ricoperte in società di persone (il 26,3%) e quelle in società di capitali (il 12,3%).

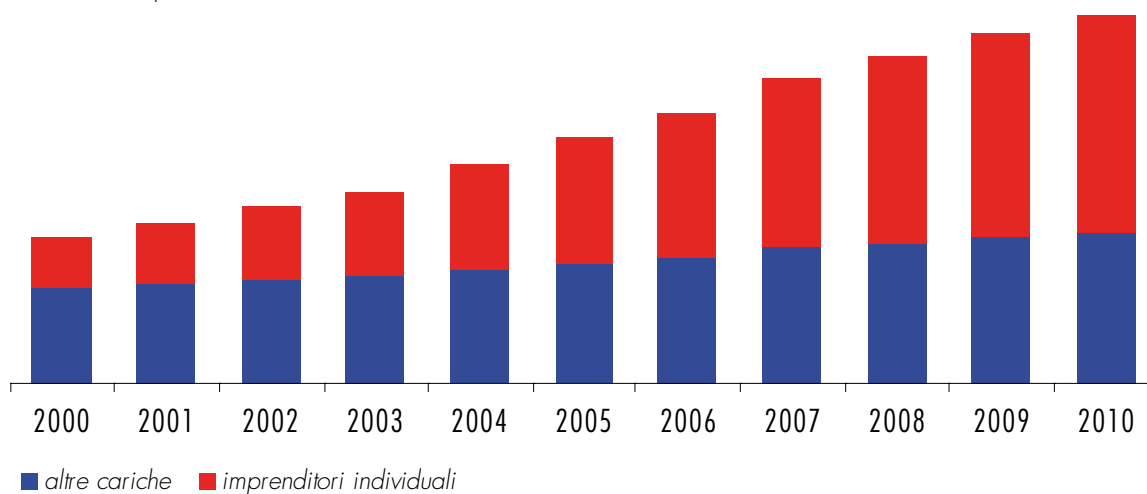
## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

Il ruolo dell'imprenditoria individuale è centrale nell'analisi della dinamica imprenditoriale. Sul lungo periodo, è evidente come la crescita di consistenza dei titolari di ditte individuali abbia contribuito in maniera pressoché esclusiva all'intensificarsi della presenza imprenditoriale straniera attiva in provincia di Torino. Negli anni, infatti, l'incremento del numero di imprenditori individuali di nazionalità straniera ha sempre registrato variazioni di consistenza superiori a quelle messe a segno dalle altre cariche, considerate nel complesso.

Nell'ultimo anno, a fronte di un aumento del +3,9% delle società di persone e del +4,5% delle società di capitale, le ditte individuali con a capo imprenditori stranieri sono cresciute del +7,1%; fra il 2000 ed il 2010, il numero delle imprese individuali è cresciuto del +329,3%, mentre le società di persone e di capitale sono aumentate rispettivamente del +92,4% e +29,4%.

Grafico 1

Posizioni imprenditoriali straniere. Evoluzione anni 2000 - 2010



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Per questo motivo, nonché per il fatto che il numero di titolari individuali corrisponde univocamente a quello delle imprese individuali del territorio, consentendo perciò un'analisi più puntuale della struttura imprenditoriale, la scelta metodologica del rapporto resta quella di dare maggiore spazio all'analisi del sistema delle imprese individuali straniere, pur dedicando un breve approfondimento sulle altre forme giuridiche.

Coerentemente con il metodo delle edizioni precedenti, inoltre, si è scelto di depurare ulteriormente il dato relativo agli imprenditori individuali (nel complesso 17.825), escludendo gli imprenditori nati nei Paesi dell'Unione Europea dei 15, quelli nati nei principali Paesi industrializzati (Islanda, Svizzera, Norvegia, Canada, Groenlandia, Stati Uniti, Australia e Nuova Zelanda), nonché gli imprenditori, con cittadinanza italiana, provenienti da Argentina, Brasile e Venezuela<sup>2</sup>. Tale metodo ha consentito di ottenere un numero di imprenditori individuali stranieri pari a oltre 15.700.

### 1.1 *Gli stock*

A fine 2010 gli imprenditori individuali di nazionalità straniera sono precisamente 15.742, con una crescita della consistenza in termini percentuali del +8,6%: l'incremento annuo si mantiene in linea con quello registrato nel 2009, confermandosi ormai come una presenza consolidata nel panorama imprenditoriale torinese. Nel complesso, le ditte individuali in pro-

---

#### *Nota*

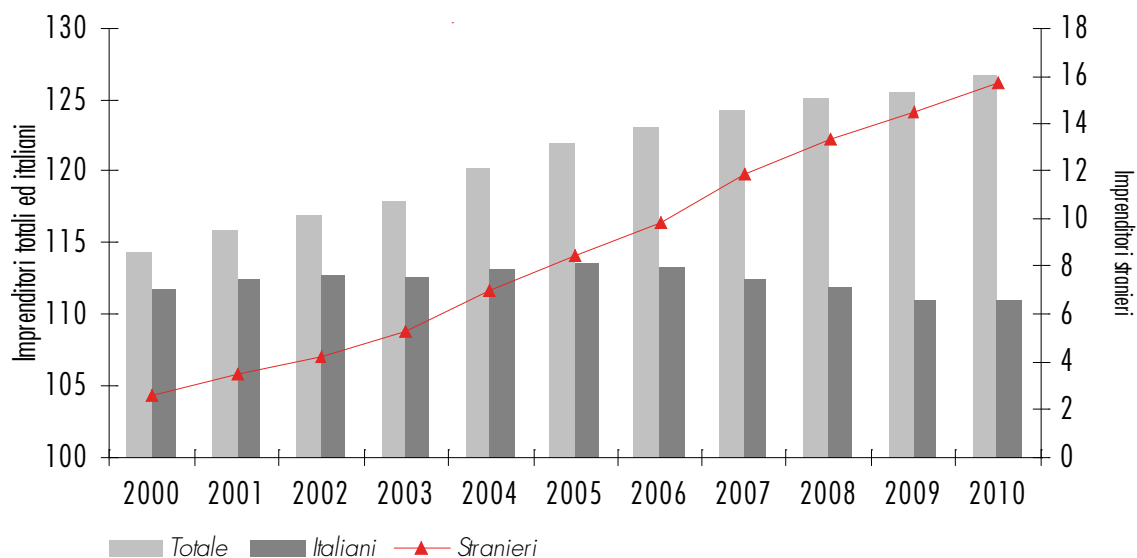
<sup>(2)</sup> Dato che l'emigrazione italiana del passato si è concentrata anche in alcuni paesi dell'America Latina, sulla base delle indicazioni di Natale, Casacchia, Strozza (1999) che individuano l'Argentina, il Brasile e il Venezuela, come i principali Paesi destinatari dell'emigrazione italiana (e piemontese) e quindi paesi con forti flussi migratori di ritorno, vengono considerati tra i nazionali anche gli imprenditori con cittadinanza italiana nati in questi tre Paesi.

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

vincia di Torino sono cresciute del +1% grazie alla sola crescita della componente straniera: dopo quattro anni di contrazione, infatti, nel 2010 resta stazionario il numero di imprenditori individuali di nazionalità italiana.

Grafico 2

Imprese individuali in provincia di Torino (valori in migliaia). Anni 2000 - 2010



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Dal 2000 ad oggi, a fronte di una riduzione del -0,6% delle imprese individuali intestate ad italiani, il numero di titolari stranieri è cresciuto del +499%: in dieci anni, la crescita complessiva,

## Capitolo I

dovuta al diverso peso delle due componenti imprenditoriali, è stata del +10,9%. Di conseguenza, anche il peso percentuale della presenza straniera si è ampliato, passando dal 2,3% del 2000, quando gli imprenditori individuali di nazionalità straniera erano poco più di 2.600, al 6,9% del 2005 (8.463), al 12,4% attuale, con oltre 15.700 titolari stranieri di ditte individuali.

Nel lungo periodo, è anche mutata la composizione degli imprenditori individuali stranieri per area geografica di provenienza, nonostante le principali nazionalità evidenzino un incremento della propria presenza imprenditoriale.

Tabella 2

*Imprese individuali straniere in provincia di Torino per principali nazionalità. Anno 2010*

<b>Nazionalità</b>	<b>Stock al 31.12.2010</b>	<b>Peso % sul totale</b>	<b>Var. % stock 2010/2009</b>
Romania	5.411	34,4%	11,4%
Marocco	3.687	23,4%	4,7%
Cina	1.087	6,9%	11,7%
Albania	859	5,5%	9,7%
Nigeria	753	4,8%	6,8%
Senegal	588	3,7%	3,7%
Tunisia	430	2,7%	1,7%
Egitto	407	2,6%	1,8%
Moldavia	318	2,0%	20,5%
Perù	239	1,5%	10,1%
Brasile (solo citt brasiliana)	207	1,3%	1,0%
Bangladesh	176	1,1%	20,5%
...	...	...	...

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

---

La componente proveniente dall'Africa centro-meridionale - in prevalenza nigeriani (il 47% degli africani) e senegalesi (il 36%) - ha registrato una forte diminuzione del suo peso percentuale sul totale degli imprenditori stranieri (dal 21% del 2000 a poco più del 10% nel 2010), affiancata anche dal ridimensionamento in termini percentuali di coloro provenienti dalla costa mediterranea del continente africano (dal 39% al 30%): la sola comunità marocchina, la seconda per consistenza, rappresenta più dell'80% degli imprenditori nati oltre il Mediterraneo.

Tale calo è stato ampiamente compensato dagli imprenditori individuali dell'Est Europa, il cui peso sul totale delle ditte individuali intestate a stranieri nel corso di un decennio è più che raddoppiato, dal 20% di inizio millennio, al 2010 quando la quota si è assestata poco al di sotto del 45%: i soli romeni rappresentano il 77% degli imprenditori individuali provenienti da quest'area geografica, nonché il 34% del complesso. L'America latina è rappresentata principalmente da peruviani (il 33%) e da argentini (il 29%), ed ha un peso ormai stabile, del 4,6% circa, sul complesso delle ditte individuali intestate a persone di nazionalità straniera. Infine gli imprenditori asiatici: la presenza asiatica ha perso importanza in termini percentuali sino al 2008, ma dal 2009 sembra aver riacquisito gradualmente peso, tornando alla quota del 2007 (10,4%): qui, la nazionalità dominante è senza dubbio quella cinese, che da sola rappresenta oltre i due terzi dell'area geografica, con 1.087 imprenditori individuali; ad eccezione del Bangladesh, che costituisce l'11% dell'imprenditoria asiatica in provincia di Torino, le restanti comunità imprenditoriali asiatiche hanno un peso non superiore al 5%.



## Capitolo I

Tabella 3

*Imprenditori con ditte individuali in provincia di Torino per area geografica di provenienza al 31 dicembre*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Imprese individuali	114.328	115.871	116.951	117.787	120.073	121.941	123.069	124.278	125.195	125.497	126.742
Luogo di nascita:											
ITALIA	111.700	112.424	112.695	112.524	113.130	113.478	113.240	112.456	111.901	110.997	111.000
Var. % di consistenza	0,3%	0,6%	0,2%	-0,2%	0,5%	0,3%	-0,2%	-0,7%	-0,5%	-0,8%	0,0%
ESTERO	2.628	3.447	4.256	5.263	6.943	8.463	9.829	11.822	13.294	14.500	15.742
Var. % di consistenza	67,7%	31,2%	23,5%	23,7%	31,9%	21,9%	16,1%	20,3%	12,5%	9,1%	8,6%
% stranieri su totale DI	2,30%	3,00%	3,60%	4,50%	5,80%	6,90%	8,00%	9,5%	10,6%	11,6%	12,4%
AFR	21%	21%	20%	19%	16%	15%	14%	11,9%	11,2%	10,6%	10,3%
AFR MED	39%	38%	38%	37%	35%	34%	34%	32,4%	31,2%	30,9%	30,1%
AME LAT	4%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	4,7%	4,6%	4,8%	4,6%
ASIA	17%	16%	15%	14%	13%	12%	12%	10,4%	9,7%	10,0%	10,4%
EST EU	20%	22%	23%	27%	33%	35%	37%	40,5%	43,2%	43,7%	44,8%

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

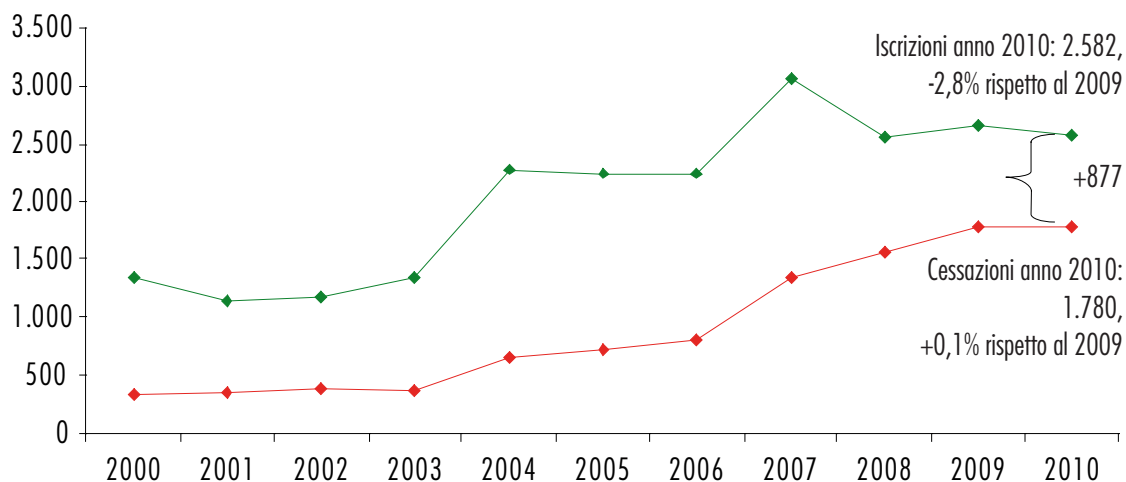
## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

### 1.2 I flussi

Grafico 3

Andamento di iscrizioni e cessazioni di imprese individuali straniere in provincia di Torino.

Anni 2000 - 2010



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Con 2.582 nuove iscrizioni e 1.780 cessazioni di imprenditori individuali di nazionalità straniera, il 2010 ha registrato una dinamica di flusso positiva, con un saldo fra aperture e chiusure di attività di +802 unità; anche se considerato specificatamente per ciascuna delle aree geografiche di provenienza, inoltre, il saldo fra iscrizioni e cessazioni resta positivo, con una generale preponderanza delle nuove aperture rispetto alle chiusure di attività.

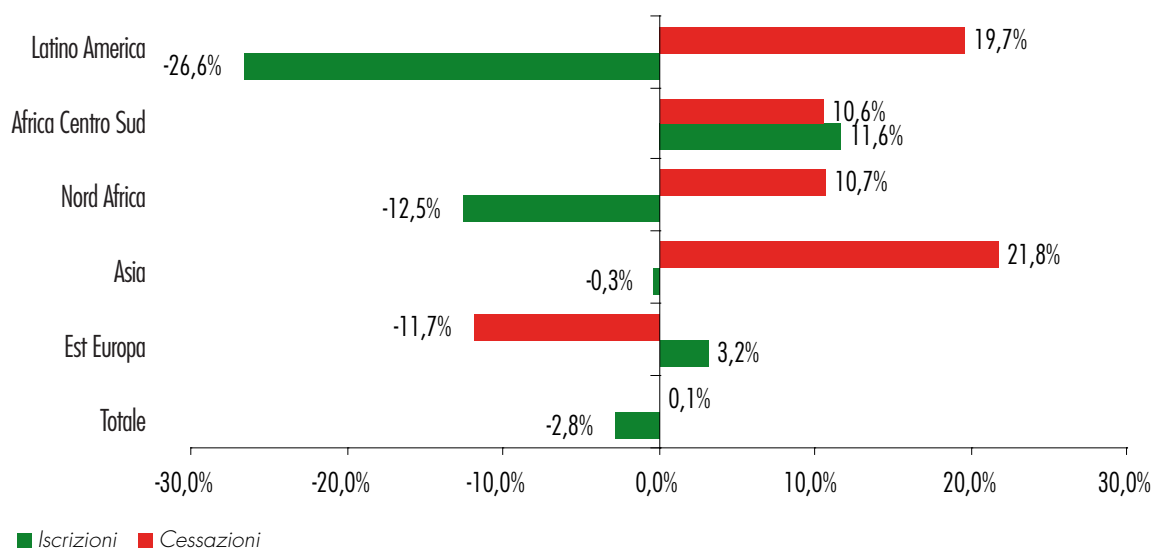
Tuttavia, coerentemente con quanto già segnalato nel 2009, si è ancora ridotto il *gap* fra iscrizioni e cessazioni (+877), a fronte di due differenti andamenti. In primo luogo, infatti,

## Capitolo I

nel corso dell'anno le iscrizioni sono diminuite del -2,8%; inoltre, il numero di cessazioni è rimasto pressoché invariato rispetto al 2009.

Grafico 4

Iscrizioni e cessazioni per area geografica di provenienza dell'imprenditore: variazione % annua di consistenza (2010/2009)



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Sul fronte delle nuove iscrizioni, la diminuzione di consistenza (-2,8%) non ha comunque impedito all'imprenditoria individuale straniera di accrescere il proprio peso percentuale sul totale delle aperture annuali, salendo dal 23% del 2009, ad oltre il 27% nel 2010, pur a seguito di un aumento delle iscrizioni di nuove ditte individuali intestate ad imprenditori italiani

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

(+7,1%). Nel tempo, la componente imprenditoriale straniera si è radicata nel territorio, perdendo i tratti di un fenomeno estemporaneo ed eccezionale: dopo un primo periodo nel quale il tasso di iscrizione superava il 50% (anno 2000), il numero di imprese registrate è cresciuto considerevolmente. Tale consolidamento del tessuto imprenditoriale esistente ed il contestuale minor impatto che le nuove iscrizioni annuali hanno su di esso, sta portando ad un graduale ridimensionamento del tasso di iscrizione annuo, che nell'ultimo triennio è sceso al di sotto del 20% e che nel 2010 è stato del 16,4%; si tratta comunque di un tasso di iscrizione ancora doppio rispetto a quello delle imprese individuali italiane, nel 2010 pari all'8,57%.

Tabella 4

### Iscrizioni annuali di ditte individuali nazionali e straniere

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Iscrizioni Totali	11.459	11.431	10.863	10.242	12.391	11.931	11.969	13.105	12.243	11.536	12.096
Nazionali	10.127	10.284	9.690	8.894	10.120	9.695	9.720	10.044	9.681	8.880	9.514
Straniere	1.332	1.147	1.173	1.348	2.271	2.236	2.249	3.061	2.562	2.656	2.582
% iscrizioni straniere											
su tot iscrizioni	11,60%	10,00%	10,80%	13,20%	18,30%	18,70%	18,80%	23,4%	20,9%	23,0%	27,1%
Tassi iscriz. Naz.	9,10%	9,10%	8,60%	7,90%	8,90%	8,50%	8,60%	8,93%	8,62%	8,00%	8,57%
Tassi iscriz. Straniere	50,70%	33,30%	27,60%	25,60%	32,70%	26,40%	22,90%	25,88%	19,56%	18,32%	16,40%
Comp. % iscriz. DI straniere:											
AFRICA	26,00%	21,00%	19,30%	12,10%	8,90%	9,60%	8,80%	4,97%	5,70%	5,80%	6,70%
AFRICA MED.	40,80%	36,50%	36,10%	33,70%	29,20%	31,50%	34,90%	24,57%	23,93%	28,88%	26,08%
AMERICA LATINA	2,70%	2,10%	2,60%	3,50%	3,70%	3,40%	2,80%	4,18%	4,14%	5,25%	3,96%
ASIA	8,30%	11,80%	14,30%	11,80%	9,70%	11,20%	9,60%	7,36%	6,05%	11,11%	11,43%
EUROPA EST	22,10%	28,60%	27,70%	38,90%	48,40%	44,30%	44,00%	59,03%	60,19%	48,95%	52,16%

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Tutte le aree geografiche di provenienza rilevano una diminuzione di consistenza del numero delle iscrizioni, ad eccezione dell'Africa centrale e meridionale (+11,6% rispetto al 2009) e dell'Europa dell'Est (+3,2%). Agli imprenditori provenienti da quest'ultimo ambito territoriale, fa capo più della metà delle nuove iscrizioni (il 52,2%), che riacquistano qualche punto percentuale rispetto al 2009, sebbene resti ancora lontano il picco raggiunto fra il 2007 ed il 2008 a seguito dell'ingresso di Romania e Bulgaria nell'Unione Europea dei 27. Nonostante il numero delle iscrizioni di imprenditori asiatici sia diminuito del -0,3%, risulta in lieve crescita il loro peso percentuale (l'11,43%), mentre le nuove iscrizioni di coloro provenienti dai Paesi dell'Africa centrale e meridionale accrescono sia in valore assoluto (+11,6%) sia in termini di peso sul totale (il 6,7%). Nuovamente in calo, invece, l'iniziativa dei neo imprenditori individuali Nord africani (il 26,08%, -12,5%), dopo il forte incremento di iscrizioni avvenuto nel 2009, e quello già più contenuto delle iscrizioni di titolari latino americani (il 3,96%, -26,6%).

Dopo tre anni di crescita del numero di cessazioni di imprenditori individuali di nazionalità straniera, nel 2010 il numero di coloro che hanno chiuso la propria attività è rimasto pressoché lo stesso dell'anno precedente (1.780 cessazioni, +0,1% rispetto al 2009). La contestuale crescita del numero di imprese individuali registrate e la frenata delle chiusure d'attività ha ridotto il tasso di cessazione che, scendendo di quasi un punto percentuale (dal 12,3% all'11,3%) è ritornato ai livelli del 2009. Tuttavia, la continua riduzione di cessazioni delle ditte individuali intestate ad imprenditori di nazionalità italiana (9.087, -4,2% nell'ultimo anno), ha fatto sì che il peso delle chiusure di imprenditori individuali stranieri sul totale sia cresciuto, dal 15,8% del 2009 al 19,6% del 2010.

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

Tabella 5

*Cessazioni annuali di ditte individuali nazionali e straniere*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cessazioni Totali	10.201	9.946	9.798	9.433	10.130	10.097	10.867	11.919	11.353	11.261	10.867
Nazionali	9.872	9.598	9.409	9.061	9.473	9.381	10.061	10.578	9.801	9.482	9.087
Straniere	329	348	389	372	657	716	806	1341	1552	1779	1780
% cess. straniere su tot cessazioni	3,20%	3,50%	4,00%	3,90%	6,50%	7,10%	7,40%	11,3%	13,7%	15,8%	19,6%
Tassi cess. naz.	8,80%	8,50%	8,30%	8,10%	8,40%	8,30%	8,90%	9,41%	8,76%	8,54%	8,19%
Tassi cess. Straniere	12,50%	10,10%	9,10%	7,10%	9,50%	8,50%	8,20%	11,34%	11,67%	12,27%	11,31%
Comp. % cessazioni Straniere											
AFRICA	26,40%	19,50%	16,50%	14,20%	9,00%	11,30%	8,10%	8,43%	6,19%	6,35%	7,02%
AFRICA MED.	37,70%	36,50%	35,50%	32,50%	33,20%	30,20%	30,60%	28,19%	26,03%	28,27%	31,29%
AMERICA LATINA	3,60%	4,00%	4,10%	4,30%	3,50%	4,20%	3,60%	4,18%	4,83%	4,00%	4,78%
ASIA	14,00%	12,60%	16,50%	16,70%	12,90%	13,50%	10,80%	8,20%	7,80%	8,26%	10,06%
EUROPA EST	18,20%	27,30%	27,50%	32,30%	41,40%	40,80%	46,90%	51,00%	55,15%	53,12%	46,85%

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

L'Europa dell'Est, con il 45% circa delle imprese registrate ed il 52% delle nuove iscrizioni annue di imprenditori individuali stranieri, è anche l'area di provenienza di quasi il 47% di coloro i quali nel 2010 hanno chiuso la propria ditta individuale (834): ciononostante, il numero di cessazioni nell'ultimo anno è diminuito del -11,7% (a fronte di una crescita delle nuove iscrizioni). Tale diminuzione ha compensato la crescita delle cessazioni degli imprenditori individuali provenienti dalle altre aree geografiche. Infatti, risultano in aumento le chiusure d'attività degli imprenditori provenienti dalle altre aree geografiche, in particolare fra gli imprenditori asiati-

ci (+21,8%), con un peso percentuale del 10%, e fra coloro provenienti dall'America latina (+19,7%, il 4,78%); cresce anche il numero di cessazioni di titolari africani, provenienti dai Paesi del Mediterraneo (+10,7%), così come dall'Africa centro meridionale (+10,6%).

### *1.3 Le principali caratteristiche delle imprese individuali straniere*

La presenza imprenditoriale straniera conferma alcune peculiarità in termini di caratteristiche socio-economiche, che la distinguono, nella sua composizione, dall'imprenditoria di nazionalità italiana.

#### *Genere ed età degli imprenditori*

Il peso percentuale delle donne imprenditrici, titolari di una ditta individuale, seppur in lieve crescita nel corso dell'ultimo anno - dal 18,2% del 2009 al 18,8% del 2010 - è ancora inferiore al corrispettivo italiano. Tuttavia, alcune aree geografiche di provenienza - in particolare Africa (37%), Asia (34,6%) ed America latina (28,9%) si situano ben al di sopra della percentuale media, sia degli stranieri sia degli italiani. Oltre la metà delle imprenditrici (il 51,7%) svolge la propria attività nell'ambito del commercio, mentre la maggioranza degli imprenditori uomini lavora nel settore edile (il 51,1%); nel confronto fra le due componenti imprenditoriali, le donne prevalgono nei servizi, in particolare nelle attività di "noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese" (l'8,5% delle imprenditrici), nei servizi di alloggio e di ristorazione (l'8,3%), nelle "altre" attività di servizi (il 7,8%) e nell'industria (il 6,9%). La componente maschile converge nelle costruzioni e nel commercio (il 32,7%).

Genere degli imprenditori individuali. Anno 2010 (valore%)

	Genere	
	F	M
ITALIANI	25,5	74,5
STRANIERI:	18,8	81,2
AFR	37,0	63,0
AFR MED	11,8	88,2
AME LAT	28,9	71,1
ASI	34,6	65,4
EST	14,6	85,4

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Mediamente gli imprenditori individuali stranieri in provincia di Torino hanno 39 anni. L'età è comunque meno elevata rispetto a quella dei corrispettivi italiani, con una più forte presenza di giovani: gli imprenditori di età compresa fra i 18 ed i 29 anni costituiscono il 16,1% del totale, a fronte del 13,4% del 2009 e del 6,5% degli imprenditori italiani. Diminuisce lievemente, invece, il peso dei titolari stranieri fra i 30 ed i 49 anni, che rappresentano comunque ancora poco meno del 70%. Il settore più "giovane" è quello delle costruzioni, dove l'età media dei titolari d'impresa è di 37 anni; il più "anziano" è il comparto manifatturiero con una media di 43 anni d'età.

A livello di area geografica di provenienza, gli imprenditori provenienti dall'Est Europa sono i più giovani (quasi il 22% ha meno di 30 anni), mentre la medesima percentuale di coloro provenienti dall'Africa centrale e meridionale ha un'età compresa fra i 50 ed i 69 anni.



Tabella 7

*Età degli imprenditori individuali. Anno 2010 (valore %)*

	<18	18-29	Età 30-49	50-69	>=70
ITALIANI	0	6,5	52,2	36,4	4,9
STRANIERI:	0	16,1	69,8	13,7	0,4
AFR	0	6,6	71,7	21,3	0,4
AFR MED	0	11,5	67,8	19,7	1
AME LAT	0	12,1	73,4	13,9	0,6
ASI	0	16,1	68,6	15,1	0,1
EST	0	21,7	70,6	7,6	0,1

*Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere*

### **Settori di attività economica**

I settori di attività nei quali opera il maggior numero di imprese sono ancora prevalentemente l'edilizia ed il commercio: il primo grazie alla densa concentrazione di imprenditori provenienti dall'Est Europa (quasi il 75%), il secondo - caratterizzato principalmente da attività al dettaglio in sede fissa o ambulante (l'83%) - con la dominanza di titolari provenienti dall'Africa centrale e meridionale (il 76,5%) e degli asiatici (il 62,2%). L'ampio ambito di attività rientranti nei servizi - da quelli prevalentemente orientati alle imprese, ai servizi legati alla cura della persona - registra ancora una scarsa diffusione di imprese individuali di nazionalità straniera, se non all'interno della comunità imprenditoriale latino americana.

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

---

Il più esteso settore del "noleggio, agenzie di viaggio e servizi di supporto alle imprese" - che racchiude differenti tipi di servizi: dalle attività di pulizia, ai servizi di fotocopiatura e supporto alle funzioni d'ufficio, dalle agenzie di viaggio, al noleggio di macchine, attrezzature e beni per uso personale - ha un peso più elevato per le imprese individuali straniere rispetto a quelle italiane: qui, infatti, converge il 3,7% delle attività (a fronte del 3,1% dei titolari nazionali) ed in particolare il 7,2% delle ditte individuali intestate ad imprenditori individuali latino americani. Anche le attività di trasporto e magazzinaggio, il 2,5% delle ditte individuali, si caratterizzano per una più alta concentrazione di imprenditori provenienti dall'America latina (18,7%). Infine, le attività legate alla ricettività turistica - i servizi di alloggio e ristorazione - rappresentano il 3,6% circa del totale, e godono della presenza particolarmente significativa di imprese gestite da asiatici (per i quali il settore ha un peso del 14,2%).

Fra i servizi legati alla cura della persona, solo le "altre attività di servizi" - tra cui la riparazione di beni per l'uso personale e per la casa, lavanderie, parrucchieri e trattamenti estetici - hanno un peso percentuale più significativo (pari al 2,5%); le altre attività annoverabili fra i servizi alla persona (come, ad esempio, quelle svolte collaboratori domestici, dagli insegnanti o dagli infermieri) non comportano l'obbligo di svolgimento in forma imprenditoriale né, pertanto, l'iscrizione presso il Registro delle Imprese.

## Capitolo I

Tabella 8

Settore di attività degli imprenditori individuali. Anno 2010 (valore %)

Settore*	ITALIANI	STRANIERI	AFR	AFR MED	AME LAT	ASI	EST
Agricoltura	4,3	0,5	0,2	0,3	1,1	0,8	0,5
Industria	12,7	4,5	4,2	2,6	5,6	6,8	5,1
Costruzioni	12	42,3	2,5	21,7	39,1	3,7	74,5
Commercio	21,3	36,3	76,5	58,6	23,8	62,2	7,5
di cui:							
<i>Commercio, manutenzione, riparazione di autoveicoli</i>	14	2,4	2,1	1,6	6,4	0,8	8,7
<i>Commercio all'ingrosso</i>	35,9	14,5	27,0	6,7	26,0	12,4	26,4
<i>Commercio al dettaglio</i>	50,1	83,1	70,9	91,7	67,6	86,8	64,9
Trasporti e magazzinaggio	2,9	2,5	3,8	3,1	8,7	0,8	1,7
Attività dei servizi di alloggio e ristorazione	6,3	3,6	0,9	4,2	2,2	14,2	1,5
Servizi di informazione e comunicazione	2,8	1,6	5,1	1,8	3,2	2,2	0,4
Attività finanziarie e assicurative	2,8	0,3	0,5	0,3	0,7	0,2	0,3
Attività immobiliari	12,3	0,1	0,2	0,0	0,6	0,1	0,0
Attività professionali, scientifiche e tecniche	5,7	1,1	1,1	1,0	1,8	1,5	1,0
Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese	3,1	3,7	1,9	3,6	7,2	1,5	4,4
Istruzione	0,6	0,1	0,1	0,0	0,4	0,0	0,1
Sanità e assistenza sociale	0,7	0,6	0,3	1,0	1,1	0,0	0,5
Attività artistiche, sportive e di intrattenimento	1,1	0,3	0,0	0,1	0,7	1,0	0,2
Altre attività di servizi	3,1	2,5	2,8	1,7	3,9	4,8	2,3

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

\* Ateco 2007

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

### *Anni di attività delle imprese*

Nonostante l'impresa individuale resti una forma giuridica meno strutturata, e pertanto più facilmente soggetta al *turn-over* imprenditoriale, con gli anni sembra esser cresciuta anche la storicità del tessuto di imprese individuali con titolare di nazionalità straniera: benché il numero medio di anni di attività sia di poco superiore ai quattro, oltre il 30% delle imprese esercita da più di sette anni e, di queste, più della metà è in vita da dieci anni ed oltre. Tale considerazione deve tenere conto del fatto che l'intraprendenza imprenditoriale straniera è incrementata negli anni più recenti, parallelamente al consolidarsi dei flussi migratori e dei processi di integrazione sociale ed economica delle comunità immigrate: pertanto lo scarso peso percentuale che ancora hanno le imprese individuali straniere con oltre 12 anni di vita (il 3,2% delle ditte esistenti), risente anche di tali fattori.

Tabella 9

*Imprese individuali straniere per numero di anni dall'inizio attività. Anno 2010 (valore %)*

	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Oltre 12 anni	3,2	3,2
10-12 anni	9,2	12,4
7-9 anni	15,0	27,5
4-6 anni	29,7	57,1
1-3 anni	26,9	84,1
Meno di un anno	15,9	100,0
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

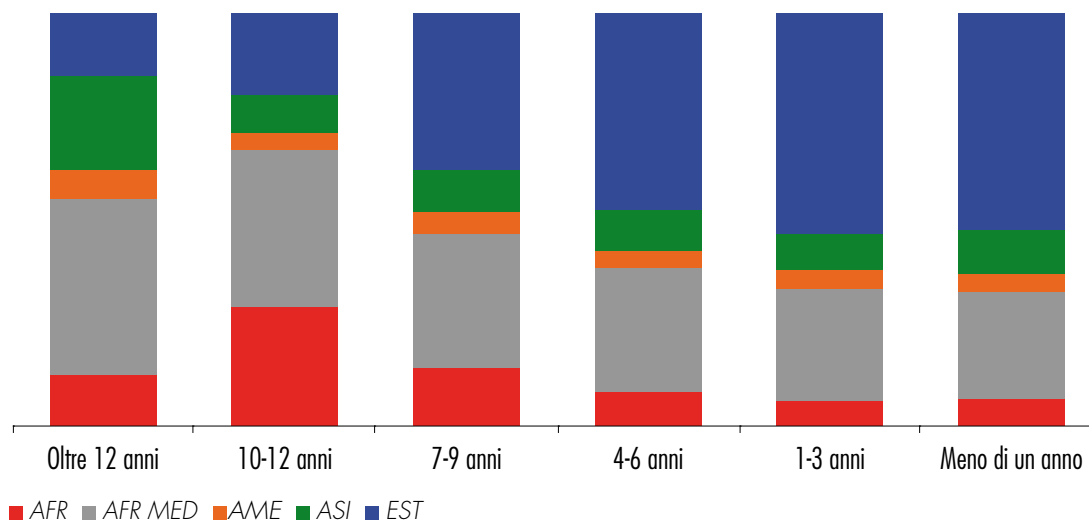
## Capitolo I

Le differenze settoriali non sono particolarmente rilevanti: se in edilizia le imprese hanno quattro anni di vita, in agricoltura raggiungono gli otto anni, mentre gli altri settori si collocano all'interno di questo *range*.

Più evidenti, invece, le differenze per area geografica di provenienza dell'imprenditore: le imprese individuali facenti capo a titolari provenienti dall'Est Europa sono chiaramente le più giovani, rappresentando la maggioranza di quelle nate nell'ultimo triennio. Viceversa, l'imprenditoria africana nel complesso prevale fra le imprese più longeve (oltre 10 anni), seguita dalla titolarità di imprenditori asiatici, particolarmente consistenti fra le ditte aperte da oltre 12 anni (il 22,5% di esse).

### Grafico 5

*Imprese individuali straniere per numero di anni dall'inizio dell'attività ed area geografica di provenienza del titolare*



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

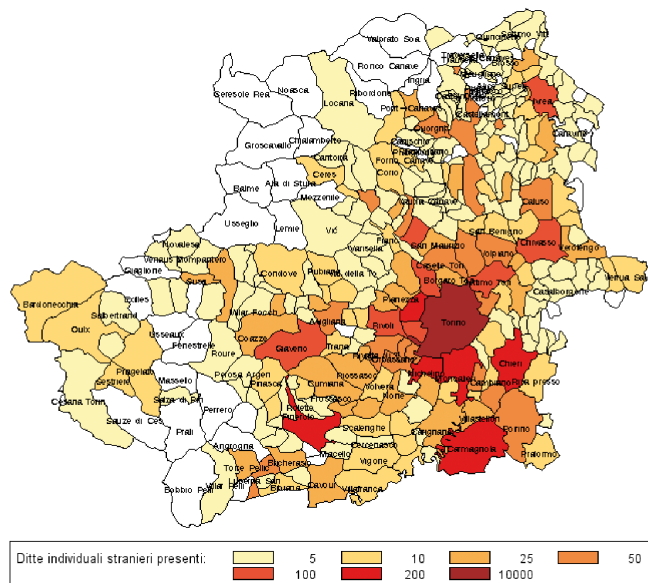
## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

### Localizzazione geografica delle imprese

La distribuzione delle imprese individuali straniere resta ancora saldamente Torino centrica: poco meno del 70% di esse ha sede entro i confini del capoluogo regionale. Tuttavia, si può anche osservare che in alcuni comuni della cintura torinese, e non solo di essa, la presenza di imprese individuali straniere è anche di qualche centinaia, con un peso che dunque diventa rilevante sul sistema imprenditoriale locale: così, ad esempio, a Carmagnola, Chieri, Chivasso, Giaveno ed Ivrea. Solo nell'8,3% dei comuni della provincia di Torino non ha ancora sede alcuna impresa individuale a titolarità straniera.

Figura 1

Localizzazione geografica delle imprese individuali in provincia di Torino. Anno 2010



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

## Capitolo I

Tale orientamento, che si oppone a quanto avviene per le imprese individuali italiane - i due terzi delle quali sono ubicate nel resto della provincia torinese - è particolarmente evidente nel caso di alcune comunità imprenditoriali: mentre le imprese con a capo titolari provenienti dall'Africa centrale e meridionale, così come quelli asiatici, restano prevalentemente localizzati nel comune di Torino (rispettivamente il 91% e l'81% circa), fra gli imprenditori provenienti dall'Est Europa inizia ad essere anche più diffusa la scelta di aprire la propria impresa nel resto della provincia (circa il 43%).

Tabella 10

*Localizzazione geografica delle imprese individuali straniere. Anno 2010 (Valore %)*

	Localizzazione provincia di Torino	
	comune di Torino	resto della provincia
ITALIANI	34,5	65,5
STRANIERI:	69,6	30,4
AFR	90,9	9,1
AFR MED	76,7	23,3
AME LAT	69,4	30,6
ASI	80,6	19,4
EST	57,4	42,6

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

### **Sopravvivenza delle imprese**

Oltre all'analisi relativa agli anni di attività delle imprese ancora in vita, risulta interessante indagare, in primo luogo, quale sia la probabilità di sopravvivenza delle imprese individuali straniere - tenendo conto delle date di inizio e di cessazione dell'attività. In se-

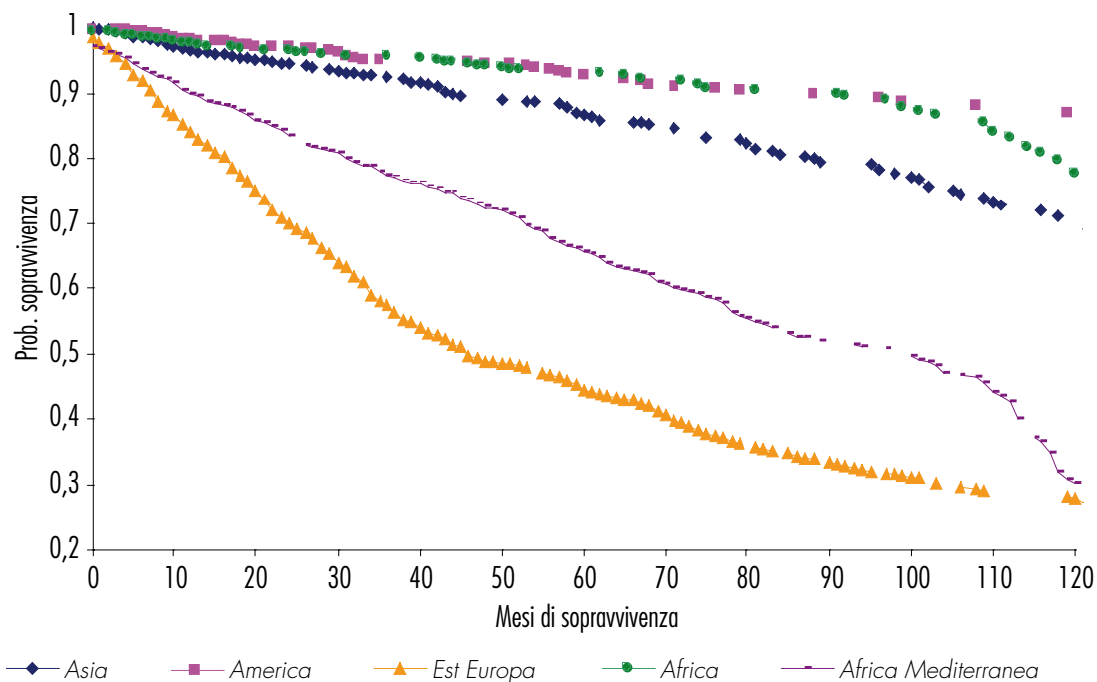
## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

conda istanza, è possibile verificare quali siano le variabili più significative per spiegare la sopravvivenza delle imprese straniere.

Il primo aspetto può essere analizzato mediante la rappresentazione di curve che stimino la probabilità di sopravvivenza delle imprese individuali straniere (asse verticale), quantificandola in mesi di sopravvivenza (asse orizzontale).

Gráfico 6

Sopravvivenza delle ditte individuali straniere per area geografica provenienza dell'imprenditore\*



Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

\* Curve di sopravvivenza non parametriche mediante il metodo Kaplan Meier.



L'analisi per area geografica di provenienza dell'imprenditore evidenzia sostanziali differenze: la prima è che le imprese con titolari latino americani, provenienti dall'Africa centrale e meridionale e, poco al di sotto, quelle con imprenditori asiatici, hanno una probabilità di sopravvivenza maggiore, più prolungata e più costante nel tempo rispetto alle altre aree, le cui curve di sopravvivenza si situano chiaramente al di sotto: in particolare, le imprese con a capo titolari Est europei ed anche quelle con imprenditori maghrebini hanno una probabilità di sopravvivenza inferiore, che cala considerevolmente con il trascorrere del tempo. È pur vero che alcune comunità imprenditoriali sono ancora troppo giovani per poter valutare correttamente la probabilità di sopravvivenza nel lungo periodo: a voler considerare, dunque, un periodo temporale più breve, dopo un anno di vita circa, è probabile che il 98% delle ditte con a capo imprenditori latino americani ed africani sia ancora in attività, a fronte dell'84% degli Est europei e del 90% delle imprese maghrebine. Dopo tre anni, tale probabilità rimane pressoché stabile per africani e latino americani (intorno al 95%), mentre cala drasticamente per l'Africa mediterranea (il 77%) e l'Est Europa (57%). Resta piuttosto costante anche la probabilità di sopravvivenza degli imprenditori asiatici, che passa dal 96% del primo anno di attività al 92% dei tre anni.

Infine, si ritiene interessante effettuare un'analisi<sup>3</sup> delle variabili che influenzano direttamente la sopravvivenza delle imprese individuali straniere, espressa in mesi.

Per effettuare tale controllo, il livello di significatività, o *p-value*<sup>4</sup>, consente di sottoporre a verifica l'ipotesi che la sopravvivenza dell'impresa sia indipendente da variabili, come ad esempio

### Nota

---

<sup>(3)</sup> *Modello di regressione lineare multipla.*

<sup>(4)</sup> *Il p-value sintetizza le evidenze empiriche che contraddicono l'ipotesi di partenza (o ipotesi nulla): quanto è più piccolo, tanto più forte è l'evidenza considerata. Il p-value può assumere i seguenti valori: da 0,001 a 0,01 - estremamente significativo; <0,01 - altamente significativo; da 0,01 a 0,05 - forte; da 0,05 a 0,1 - debole; >0,1 - nulla.*

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

l'età, il sesso, la provenienza dell'imprenditore o, ancora, la sede dell'impresa (nel comune capoluogo, piuttosto che nel resto della provincia di Torino) ed il settore dell'attività (industria, costruzioni, commercio,...).

Tabella 11

*Aumento di un'unità della sopravvivenza d'impresa (espressa in mesi) in relazione alle variabili considerate*

**Variabile dipendente** - Mesi di sopravvivenza dell'impresa

	<b>Aumento della sopravvivenza</b>	<b>p-value</b>
(Costante)	-35,76	0,000
Area di provenienza:		
Asia	11,75	0,001
Africa	12,10	0,007
Africa Mediterranea	7,73	0,002
Età imprenditore	1,91	0,000
Sede dell'impresa (a Torino)	-3,98	0,074

$R^2=0,431$  ( $R^2$  corretto =0,185)

*Risultati del modello di regressione lineare multipla sulla sopravvivenza d'impresa espressa in mesi.*

*Il segno positivo indica un aumento della sopravvivenza, il segno negativo una riduzione.*

*Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere*

Dall'analisi effettuata emerge che alcune variabili non risultano influenzare direttamente la sopravvivenza dell'impresa straniera: infatti, per il genere dell'imprenditore, i settori di attività economica e alcune aree geografiche di provenienza del titolare dell'impresa, la

regressione multipla ha evidenziato livelli di significatività elevati<sup>5</sup>.

Discorso contrario, invece, si può fare per le variabili presenti in tabella: l'età del titolare, la provenienza (da alcune aree soltanto) e la sede nel comune capoluogo.

Si osserva infatti che, a parità delle altre variabili, all'aumentare di un anno di età dell'imprenditore, la sopravvivenza dell'impresa è quasi di due mesi maggiore. Inoltre, le imprese facenti capo a titolari di nazionalità africana (centro sud) ed asiatica sopravvivono in media oltre 13 mesi in più, rispetto alle imprese con titolari provenienti dalle altre aree geografiche, mentre per i maghrebini i mesi si riducono a poco più di sette. Diversamente, il fatto di provenire dall'Est Europa piuttosto che dall'America latina non risulta essere significativo. Infine, quando l'impresa ha sede entro i confini amministrativi del comune di Torino, sopravvive mediamente circa quattro mesi in meno rispetto alle imprese aventi sede nel resto della provincia.

### ***1.4 Le altre forme giuridiche***

Accanto alla realtà delle oltre 15.700 imprese individuali in provincia di Torino, la presenza imprenditoriale straniera si arricchisce e diversifica anche grazie alla titolarità di cariche afferenti ad altre e più strutturate forme giuridiche: società di capitale, società di persone ed altre forme (cooperative, consorzi, associazioni, ...).

Tuttavia, le difficoltà di analisi che si configurano prendendo in considerazione imprese di natura giuridica differente rispetto all'impresa individuale sono molteplici. La principale

---

#### *Nota*

<sup>(5)</sup> Le variabili "Sesso dell'imprenditore", "America", "Est Europa", nonché i settori di attività economica presentano valori di p-value deboli o non significativi.

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

---

è che il dato disponibile<sup>6</sup> è solo quello relativo alle cariche ricoperte per impresa: tale informazione considera le cariche e non le persone, con la conclusione che una medesima persona può ricoprire più cariche in differenti imprese; in secondo luogo, le informazioni ad oggi disponibili non consentono ancora di definire se l'impresa in questione sia o meno a maggioranza straniera, ma permettono solo di valutare quale sia la presenza imprenditoriale non italiana in imprese con forme giuridiche differenti.

Nel complesso, nel 2010, la presenza imprenditoriale straniera si quantifica in 5.259 posizioni imprenditoriali<sup>7</sup>, ricoperte in 3.455 imprese con forme giuridiche differenti dall'impresa individuale. Per qualificare tale presenza, si è scelto di analizzare la sole cariche che - trasversalmente alla diverse forme giuridiche - rilevino un'obbligazione in capo alla persona (mediante conferimento di beni o servizi), diritti di partecipazione alla società o poteri di nomina, gestione e direzione d'impresa: presidenti e vicepresidenti, amministratori, soci (con responsabilità limitata o illimitata), consiglieri o membri del consiglio amministrativo e direttivo. Poco meno di un terzo delle cariche e qualifiche rivestite da persone di nazionalità straniera è rappresentata da soci, mentre per il restante 68% si tratta di amministratori d'impresa.

Nota

---

<sup>(6)</sup> I dati sono fonte InfoCamere: le informazioni vengono fornite su tutte le persone con carica appartenenti a sedi o unità locali non cessate (registrate) presenti nelle diverse provincie; ad ogni persona viene associata la prima carica ricoperta in ciascuna impresa.

<sup>(7)</sup> Coerentemente con la metodologia adottata per l'analisi delle imprese individuali, anche nel caso delle "altre forme giuridiche" si è scelto di escludere gli imprenditori nati nei Paesi dell'Unione Europea dei 15, quelli nati nei principali paesi industrializzati (Islanda, Svizzera, Norvegia, Canada, Groenlandia, Stati Uniti, Australia e Nuova Zelanda) - maggiormente orientati sulla scelta di forme giuridiche più strutturate - nonché gli imprenditori, con cittadinanza italiana, provenienti da Argentina, Brasile e Venezuela (secondo le indicazioni di Natale, Casacchia, Strozza; 1999).

Tabella 12

*Cariche e qualifiche ricoperte da persone di nazionalità straniera nelle imprese\* della provincia di Torino. Anno 2010*

<b>AMMINISTRATORI:</b>	<b>V.A.</b>	<b>%</b>
Amministratore (ivi inclusi amm. delegati, unici, provvisori)	515	14,3%
Consigliere	565	15,7%
Presidente CdA	25	0,7%
Presidente e vicepresidente	22	0,6%
Socio amministratore	1.438	40,1%
Socio accomandatario	1.011	28,2%
Altre cariche	13	0,4%
<b>Totale</b>	<b>3.589</b>	<b>100,0%</b>
<b>SOCI:</b>	<b>V.A.</b>	<b>%</b>
Socio accomandante	1.038	62,2%
Socio d'opera	65	3,9%
Socio	506	30,3%
Altri soci (unico, accomandante, accomandatario d'opera)	61	3,7%
Totale	1.670	100,0%
<b>TOTALE</b>	<b>5.259</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

\* Escluse le imprese individuali

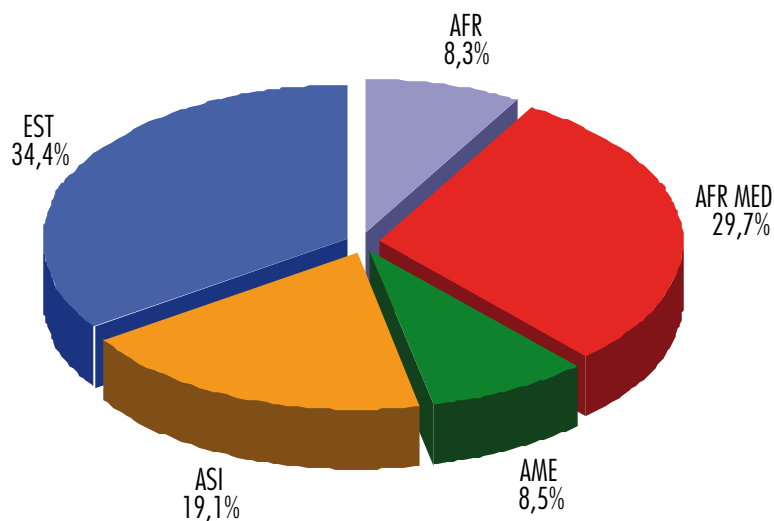
La propensione alla partecipazione in imprese più strutturate rispetto alle ditte individuali è più evidente fra gli imprenditori provenienti dall'Est Europa - che ricoprono quasi il 35% delle cariche rivestite da persone di nazionalità straniera - e Nord africani. Nettamente più

## L'imprenditoria straniera in provincia di Torino

ridotto il peso di cariche e qualifiche ricoperte da latino americani e da coloro provenienti dall'Africa centro meridionale. Nel complesso, nel 36,7% delle cariche si riscontra una presenza femminile.

*Grafico 7*

*Cariche e qualifiche ricoperte da persone di nazionalità straniera per area geografica di provenienza. Anno 2010*



*Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere*

Analizzando il numero di cariche ricoperte da persone di nazionalità straniera nelle oltre 3.400 imprese della provincia di Torino con forme giuridiche differenti dall'impresa individuale che registrano una presenza imprenditoriale straniera, si osserva che in circa il 90% di quest'ultime le cariche ricoperte da stranieri - come soci o come amministratori - non sono

## Capitolo I

più di due. Solo nell'1% dei casi, infatti, la presenza imprenditoriale straniera è superiore alle cinque cariche per impresa.

Tabella 13

*Imprese\* della provincia di Torino e numero di cariche e qualifiche rivestite da persone di nazionalità straniera*

<b>N° di cariche</b>	<b>N° di imprese</b>	<b>%</b>	<b>% cumulata</b>
1	2.134	61,8%	61,8%
2	1.021	29,6%	91,3%
3	206	6,0%	97,3%
4	60	1,7%	99,0%
Fra 5 e 10	32	0,9%	99,9%
Oltre 10	2	0,1%	100,0%
<b>Totale</b>	<b>3.455</b>	<b>100,0%</b>	

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

\* Escluse le imprese individuali

Parte II  
L'imprenditoria cinese  
a Torino





## Obiettivi e metodologia della ricerca

*di Melissa Blanchard*

Tutti siamo stati a mangiare almeno una volta in un ristorante cinese. Radio, televisioni e giornali ci riferiscono della rapida diffusione nelle nostre città di esercizi cinesi: dal ristorante a poco prezzo, al negozio di oggetti vari o abbigliamento a buon mercato, ai famosi saloni massaggio<sup>8</sup>. Si denunciano in maniera ricorrente, come se fossero pratica diffusa, casi di sfruttamento dei lavoratori connazionali, al limite della schiavitù, all'interno dei circuiti dell'economia etnica, e soprattutto nei laboratori di produzione tessile e pellettiera di alcuni distretti industriali del paese, primo tra tutti quello di Prato.

Tuttavia, se dei cinesi si parla molto, in verità se ne sa poco e le immagini che ne vengono trasmesse sono spesso basate più su luoghi comuni, che su una vera conoscenza della realtà. Si fa frequentemente riferimento alla concorrenza sleale, alla contraffazione, alla diffusione di pratiche illegali, non solo per qualificare le attività dei cinesi della diaspora, ma anche per spiegare il successo della Repubblica Popolare Cinese nel contesto più vasto della globalizzazione.

<sup>(8)</sup> "Dopo i ristoranti i massaggi: cambia il business cinese", *La Stampa*, Torino, 13/12/2010.

Si dice poi che i cinesi “non muoiano mai”, che siano chiusi e riservati, sfuggenti, vicini di casa segreti e silenziosi, che siano preda dello sfruttamento comunitario o che conducano attività controllate dalle reti della mafia cinese. Sono luoghi comuni che dominano tanto i *mass media*, quanto il discorso politico e, a maggior ragione, le rappresentazioni comuni (Ceccagno e Rastrelli, 2008; Oriani e Staglianò, 2008).

Ma chi sono realmente i cinesi la cui presenza è da tempo radicata nel tessuto sociale ed economico delle nostre città e che pure incrociamo raramente, dei quali si trasmettono tanti (spesso falsi) stereotipi, ma le cui pratiche restano scarsamente conosciute? E come funzionano realmente le loro imprese?

Nella ricerca condotta quest’anno da Fieri e dalla Camera di commercio di Torino abbiamo deciso di interessarci specificatamente agli imprenditori cinesi a Torino. A differenza delle ricerche degli anni passati, in cui abbiamo focalizzato la nostra attenzione sulla presenza straniera in determinati settori del lavoro autonomo, quest’anno abbiamo deciso di consacrare l’intera ricerca ad una specificità comunità imprenditoriale, quella cinese, che suscita al contempo paure, reazioni di rifiuto ma anche ammirazione e curiosità.

La scelta di interessarci agli imprenditori cinesi a Torino, però, non risulta solamente da queste constatazioni di senso comune: essa si radica anche e soprattutto in un’attenta analisi dei dati statistici regionali relativi all’imprenditorialità delle diverse comunità immigrate. Quella cinese, infatti, come vedremo dall’analisi dei dati elaborati nel capitolo quarto, volto a fornire il quadro quantitativo della presenza imprenditoriale cinese, risulta essere una delle comunità straniere più “propense” ad intraprendere nel panorama nazionale, ma anche regionale.

## Obiettivi e metodologia della ricerca

---

Il rapporto tra numero di imprenditori e stock di residenti appartenenti ad una determinata collettività nazionale, che possiamo qui chiamare "densità imprenditoriale", è infatti estremamente elevato presso i cinesi. E se ciò è vero su scala nazionale, lo si riscontra anche nel contesto torinese, in cui i cinesi esprimono un'incidenza imprenditoriale tra le più alte: a fine 2010 risultano registrate 1.119 ditte individuali cinesi in provincia di Torino, principalmente concentrate nel settore del commercio al dettaglio, fisso e ambulante (più della metà delle attività commerciali), ma anche nella ristorazione.

Quest'ultimo settore ha rappresentato, fin dai primi anni di insediamento dei cinesi a Torino, ma anche in altre città d'Italia, un canale privilegiato di inserimento nell'economia e nella società italiana, simbolo inequivocabile di riuscita sociale (Cologna, 1997; Ceccagno e Rastrelli, 2008; Genova, 2008b). Già la ricerca Fieri - Camera di commercio di Torino del 2009 dedicata alle attività degli stranieri nella filiera alimentare, mostrava che a Torino la maggioranza dei ristoranti "etnici" (circa il 70%) è gestita proprio da imprenditori cinesi (FIERI e Camera di commercio di Torino, 2009). Questi, nel corso degli ultimi anni, a causa sia della saturazione del settore, sia della diminuzione dell'affluenza dovuta al diffondersi di timori connessi a diversi allarmi sanitari (come quelli legati alle epidemie di SARS e di febbre aviaria originatesi in Asia, o agli scandali riguardo la qualità degli ingredienti utilizzati, ecc...), hanno riconvertito le proprie attività di ristorazione in *sushi bar* e ristoranti giapponesi, con processi di tipo mimetico (Castagnone, 2008).

Accanto alle attività di ristorazione, è in espansione il settore dei servizi alla persona e si diffondono capillarmente saloni di parrucchieri, centri benessere dove si eseguono massaggi e trattamenti estetici, ma anche alberghi, bar e uffici di servizi contabili e di ragioneria, che si

rivolgono proprio ai molti imprenditori cinesi presenti nell'area torinese. Come si vedrà, tuttavia, negli anni i settori di attività degli imprenditori cinesi si sono progressivamente diversificati, rivolgendosi sempre più ad un pubblico e ad una clientela variegati.

Tra le specificità dell'imprenditoria cinese, oltre alla numerosità delle attività, abbiamo anche rilevato come il fatturato medio di queste imprese sia generalmente maggiore di quello delle attività gestite da imprenditori di altre comunità straniere. La banca-dati dell'"Osservatorio attività produttive" della Regione Piemonte, per esempio, mostra come nel 2007, più di un terzo delle imprese attive in Piemonte con titolare nato nella Repubblica Popolare Cinese avesse un fatturato annuo superiore alla soglia dei 50.000 euro.

Un altro elemento che ci ha spinto a focalizzare la nostra attenzione sui migranti cinesi è la sostanziale assenza di approfondimenti specifici su questo soggetto per l'area torinese<sup>9</sup>, la cui indagine è stata tralasciata rispetto ad altre aree come Milano e Prato per esempio, nonostante l'importanza numerica delle imprese cinesi in quest'area e lo spazio mediatico che viene loro riservato.

### *2.1 Obiettivi della ricerca*

L'alta percentuale di imprese rispetto alla popolazione residente, il fatturato medio relativamente elevato, insieme all'immagine diffusa di industriosità, di efficienza, ma anche

---

#### *Nota*

<sup>(9)</sup> Un'utile ed aggiornata base di partenza ci è tuttavia adesso fornita dal volume collettaneo "Cinesi a Torino. La crescita di un arcipelago" (Il Mulino, Bologna, 2010), a cura di L. Berzano, C. Genova, M. Introvigne, R. Ricucci e P. Zoccatelli. Si veda in particolare il saggio di Carlo Genova: *Non solo ristoranti. Lavoro e impresa tra vocazione e necessità* (pp. 149-202).

di invisibilità che sono legate alle attività di questo gruppo di migranti, ci hanno spinti ad interessarci all'imprenditoria cinese e a chiederci in particolare se sia possibile parlare di una "specificità cinese nel panorama dell'imprenditoria straniera in Italia", ed in particolare in riferimento alla provincia torinese.

Il dibattito pubblico ancor più che quello della ricerca, che, come abbiamo detto, in Italia scarseggia su questi argomenti, attribuisce spesso la peculiarità dell'imprenditoria cinese a fattori sociali e culturali specifici alle collettività cinesi. Si tratta però di un dibattito dall'esito controverso (cfr. Cologna, 2006a).

Uno dei riferimenti più ricorrenti è quello all'etica confuciana del lavoro (Weber, 2001; Marsden, 2002). Questa lettura, cui si è fatto di volta in volta riferimento in termini di "ipotesi neo-confuciana" (Redding, 1990) o di "dinamismo confuciano" (Hofstede e Bond, 1988), postula che il successo delle imprese cinesi si basi su un insieme di valori e di tratti culturali condivisi, che determinano specifiche modalità organizzative e strategie di *leadership* (Cologna, 2006a). I "tratti culturali" cui ci si riferisce sono la perseveranza, una concezione gerarchicamente ordinata delle relazioni, basata su differenze di status ascritte, la frugalità, il senso del pudore e della vergogna, ma anche la fermezza e la stabilità emotiva personale, il rispetto per la tradizione e la protezione della propria "faccia", la reciprocità nello scambio di favori e doni. Essi corrispondono a dei valori che diversi autori hanno definito come "confuciani" per via della loro concordanza con i principi di base della filosofia confuciana: un ordine sociale fondato sulla legittimità di relazioni asimmetriche e gerarchicamente ordinate secondo la posizione che vi si occupa per nascita; relazioni che

si riproducono tramite obblighi caratterizzati da reciprocità e complementarità e imperniati sul valore confuciano fondamentale, quello della pietà filiale, o *xiao*. Un altro tratto che la caratterizza è il fatto di considerare la famiglia come modello per tutte le forme di organizzazione sociale, dallo Stato all'impresa e, come corollario, una nozione dell'individuo come essere essenzialmente relazionale, la cui identità dipende dal ruolo e dalla posizione che occupa nella famiglia e nella società. Nell'ambito del lavoro, questo retaggio si tradurrebbe in pratiche imprenditoriali basate sui concetti di armonia, di reciprocità, di gerarchia e di paternalismo. Questa ipotesi è stata recentemente sottoposta ad una lettura critica da parte di diversi autori, che hanno notato come le pratiche economiche degli imprenditori cinesi dipendano tanto dal loro bagaglio culturale, quanto dal contesto socio-economico in cui si trovano ad operare. Le critiche a questa lettura dell'imprenditoria diasporica cinese evidenzia inoltre come le pratiche che si sono sviluppate in determinate situazioni migratorie possano essere legittimate a posteriori richiamandosi ad una presunta "nobile" tradizione, le cui concordanze non sono poi così evidenti (Pairault, 1995; Gomez e Hsiao, 2004).

Recentemente gli economisti Mazzei e Volpi (2010) hanno ripreso la tesi della radice confuciana delle pratiche economiche cinesi, sostenendo che la crisi economica mondiale degli ultimi anni, sarebbe indice di una più ampia trasformazione del sistema economico internazionale, segnata dal declino della supremazia occidentale e dall'ascesa dell'Estremo Oriente, ovvero dell'Asia confuciana (rappresentata in particolare da Cina, Corea e Giappone). In quest'area, come gli autori sostengono, è emerso e si è affermato uno

## Obiettivi e metodologia della ricerca

---

“Stato sviluppatista”<sup>10</sup>, che, contrariamente al modello occidentale, non oppone rigidamente Stato e Mercato, ma li coniuga, ispirandosi ad una matrice culturale e religiosa profondamente influenzata dal confucianesimo. In questi contesti quindi, si può parlare di “Stato confuciano”, un’istituzione interventista che organizza l’interesse comune, oggi identificato nello sviluppo economico del paese.

Un’altra spiegazione della “specificità imprenditoriale cinese”, che concorre con quella “culturalista”, si basa su fattori geo-economici e sulla travolgente crescita economica della madrepatria, con cui la diaspora cinese in Italia (e altrove nel mondo) ha intessuto rapporti crescenti fin dai primi anni della politica di riforma e di apertura della Cina al mondo esterno, voluta dal leader cinese Deng Xiaoping a partire dagli anni Ottanta (Rampini, 2005; Abbiati, 2006). Un’apertura che si è intensificata in particolare nel corso dell’ultimo decennio a partire dall’abolizione delle restrizioni all’importazione di manufatti tessili dalla Cina, in seguito alla scadenza dell’“Accordo Multifibre” alla fine del 2004, e che ha portato ad un notevole incremento delle importazioni in Europa di prodotti *made in China*.

Per spiegare la specificità dell’imprenditoria cinese, in particolare in Italia, si fa poi anche riferimento alla tradizionale vocazione imprenditoriale della popolazione originaria della

Nota

---

<sup>10</sup> Un’espressione coniata dallo storico ed economista statunitense Chalmers Johnson a proposito dello stato giapponese del secondo dopoguerra (Johnson, 1995), ma che in questo contesto si riferisce ad uno stato che assume le sembianze di un’entità forte che stringe una solida collaborazione con il mercato. La “mano visibile” dello stato e quella “invisibile” del mercato si stringono quindi per creare un modello di sviluppo asiatico, dove non c’è spazio per una logica binaria che costringa a scegliere tra uno sistema completamente libero da regole ed uno eccessivamente condizionato dallo stato (Mazzei e Volpi, 2010). Il tal modo il modello di società cinese si dimostra radicalmente differente da quello occidentale che invece sembra necessariamente contrapporre socialismo e capitalismo, ponendo in radicale contraddizione l’esistenza di un libero mercato in economia e la dimensione totalitaria della società politica.



regione del Zhejiang, da cui proviene la maggior parte degli immigrati cinesi presenti nel nostro Paese. Questa provincia del Sud-Est della Cina, che si apre sul mare, è da sempre terra di commerci e di scambi e, dagli anni Settanta dello scorso secolo, si è caratterizzata per una fittissima presenza di mercati e di laboratori di fabbricazione di merce *hard discount*, soprattutto nel tessile, che oggi sono un mercato d'elezione per i grossisti di tutto il mondo (Oriani e Staglianò, 2008).

La particolare industriosità dei migranti cinesi viene attribuita anche alla fortissima coesione e all'alto livello di solidarietà intra-comunitaria che contraddistinguono la comunità migrante e che si basa sul concetto di *guanxi*, col quale si intende una fitta rete di relazioni, di amicizia e di parentela, in cui è inserito il singolo fondata sull'obbligo di reciprocità (Cologna e Farina, 1997). Si tratta di un "sistema tradizionale e onnipresente in Cina di relazioni sociali, che unisce le persone in base ad obblighi e favori vicendevolmente scambiati, che spesso consistono anche in prestiti di denaro" (Ceccagno e Rastrelli, 2008:43).

Si parla, infine, di una (presunta) scarsa propensione all'osservanza delle leggi del paese di immigrazione e di un massiccio ricorso al lavoro nero (Oriani e Staglianò, 2008). Benché il lavoro in nero in Italia sia diffuso in tutti i livelli della società e non si limiti certo alla comunità cinese (CENSIS, 2005), è infatti molto diffusa la convinzione, in linea generale erronea, che le imprese gestite dai cinesi presentino irregolarità maggiori di quelle degli italiani e che molti cinesi siano essi stessi migranti irregolari (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Queste idee diffuse si riallacciano anche al ricorrente dibattito sulla "concorrenza sleale" delle imprese cinesi, provocata dai minori costi aziendali legati principalmente al ricorso di assunzioni in nero di personale familiare o connazionale e all'imposizione di condizioni di

lavoro svantaggiose per i lavoratori (turni di lavoro prolungati e in orari sfavorevoli, condizioni di insicurezza sul lavoro, ecc...).

A partire da queste riflessioni, ci siamo proposti di approfondire sia sul piano quantitativo e descrittivo, sia sul piano qualitativo e esplicativo la peculiarità di questa imprenditoria. Vogliamo infatti cercare di comprendere quali siano i punti di forza e le debolezze dell'imprenditoria cinese in Italia e in particolare nel territorio torinese, quanto questi affondino le proprie radici in una specificità culturale, senza però cadere in una reificazione della "cultura". Questo concetto, come ben si sa, include infatti anche la trasformazione e non può assolutamente essere considerata come un blocco monolitico, uguale per tutti e di cui tutti sono in egual misura "portatori", ma come un repertorio di pratiche e valori di riferimento, cui gli individui attingono, secondo le proprie necessità ed il proprio giudizio, in modalità differenti (Augé, 1994). In effetti, è ben noto che differenti individui attingono al proprio repertorio in maniera diversa, secondo le proprie esigenze ed i propri gusti e che il repertorio culturale non è codificato una volta per tutte, ma che evolve e che di questo suo evolversi sono responsabili anche nuove pratiche sociali che si sviluppano fuori dai confini dello stato-nazione, ovvero sono responsabili anche i migranti. Ci poniamo così in una prospettiva critica del "nazionalismo metodologico" che suppone la coincidenza dei confini nazionali con i confini della società, assunto che si riflette nella tendenza a identificare uno stato-nazione con un concetto di cultura che viene in tal modo essenzializzata (Glick Schiller, 2010).

Forte di queste considerazioni, la nostra ricerca si è sviluppata intorno a più temi: dall'analisi dell'imprenditorialità cinese sul territorio provinciale torinese e nella sua progressione temporale, prendendo come lasso di tempo di riferimento l'ultimo decennio, all'approfondimento

della conoscenza delle strategie imprenditoriali cinesi a Torino tramite un'indagine qualitativa di tipo socio-antropologico.

### *2.2 Metodologia e contesto*

Com'è consuetudine ormai consolidata nelle ricerche condotte in collaborazione tra Fieri e Camera di commercio di Torino, anche la ricerca di quest'anno si compone di una parte di analisi quantitativa e di una di approfondimento qualitativo<sup>11</sup>. Per quanto riguarda la sezione quantitativa, una prima parte presenta un quadro aggiornato del fenomeno dell'imprenditoria straniera nella provincia di Torino nel suo complesso - consistenze, dati di flusso, distribuzione geografica - (Parte Prima), mentre una seconda parte approfondisce i dati relativi alla presenza imprenditoriale cinese, indicando quante sono le imprese individuali cinesi a Torino ed in quali settori sono distribuite; in che rapporto numerico si collocano rispetto alle imprese straniere a Torino e rispetto alle imprese cinesi in Italia, con una particolare attenzione alle provincie di maggiore concentrazione imprenditoriale cinese come quelle di Milano e Prato (Parte Seconda, capitolo 4).

In aggiunta ai dati provenienti dal Registro Imprese della provincia di Torino, nel rapporto di quest'anno sono state analizzate due ulteriori banche dati: i dati elaborati dall'Osservatorio

---

#### *Nota*

<sup>(11)</sup> Il coordinamento scientifico e organizzativo della ricerca è stato realizzato da Ferruccio Pastore e Eleonora Castagnone. Le parti quantitative della ricerca sono state sviluppate dal Settore Studi, Statistica e Documentazione della Camera di commercio di Torino – in particolare da Alberta Coccimiglio - e da Claudia Villosio della Cooperativa R&P (Ricerche e Progetti). L'approfondimento qualitativo è stato realizzato da Melissa Blanchard, in collaborazione con Carlotta Maffeo.

## Obiettivi e metodologia della ricerca

---

delle Attività Produttive della Regione Piemonte relativi alle imprese aventi cariche sociali in capo ad individui di origine cinese nel 2008 ed i dati aggregati del Registro Imprese relativi alle Province Italiane.

La fotografia quantitativa ci aiuta ad introdurre e ad inquadrare la sezione qualitativa di questa ricerca, che si è sviluppata in due momenti. Nel primo, abbiamo intervistato dei testimoni privilegiati al fine di ricostruire l'evoluzione dell'imprenditoria cinese in provincia di Torino nell'ultimo decennio e dei rapporti istituzionali tra imprese cinese e imprese torinesi (capitolo 3); in un secondo momento, abbiamo intervistato in maniera approfondita 14 imprenditori cinesi operanti in diversi settori, dal commercio (dettaglio e ingrosso), alla ristorazione, ai servizi alla persona (capitoli 5 e 6).

Nella prima di queste fasi di indagine qualitativa, abbiamo cercato di ricostruire un quadro d'insieme dell'impresa cinese a Torino nell'ultimo decennio, approfondendo alcuni punti fondamentali. In primo luogo, abbiamo cercato di verificare se il modello dell'evoluzione dell'impresa cinese nel tempo, che è stato rilevato in altre città italiane (Ceccagno e Rastrelli, 2008; Cologna, 2008a), potesse applicarsi anche allo sviluppo dell'investimento imprenditoriale dei cinesi di Torino. Secondo questo schema, le imprese cinesi, inizialmente concentrate nel settore dei laboratori di produzione tessile e pellettiera, si sono in seguito riconvertite nel settore della ristorazione e si sono recentemente reindirizzate verso il commercio ed i servizi alla persona (che vanno dal parrucchiere e dai centri benessere ai servizi di consulenza finanziaria, fino al settore alberghiero).

In secondo luogo, abbiamo voluto capire se i soggetti che investono nel settore imprenditoriale fanno riferimento a particolari gruppi familiari e se, fra questi, esista una specializzazione settoriale.

## Capitolo II

---

Infine, abbiamo interrogato alcuni testimoni privilegiati sull'esistenza o meno di una specificità cinese nelle strategie imprenditoriali e sull'esistenza di particolari modalità di gestione e di organizzazione dell'impresa.

In particolare sono stati intervistati:

- I rappresentanti di quattro associazioni cinesi di prima e di seconda generazione presenti a Torino (Associna, Associazione Nuova Generazione Italo-Cinese, Associazione Immigrati Cinesi Uniti in Piemonte, Associazione cinese e italo-cinese di Torino, per una descrizione dettagliata delle quali si rinvia al capitolo terzo).
- Il direttore della filiale di Banca Intesa San Paolo di Piazza della Repubblica - la prima banca a Torino che ha aperto uno sportello specificamente dedicato alla popolazione cinese, cui afferiscono di fatto molti imprenditori cinesi di Torino - e l'impiegata cinese che si occupa di questo sportello.
- Una funzionaria del Settore Estero della Camera di commercio di Torino.
- Il responsabile del Progetto Dedalo, per l'assistenza alla creazione d'impresa per stranieri non comunitari della CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa).

Si tratta di persone che, grazie alle posizioni strategiche che occupano nelle diverse istituzioni locali, hanno un contatto quotidiano privilegiato con gli imprenditori cinesi presenti nel torinese e che sono quindi state testimoni delle evoluzioni dell'imprenditoria cinese in provincia di Torino.

L'incontro con i testimoni privilegiati ci è inoltre servito per chiarire quali rapporti intercorrano tra la diaspora cinese nel torinese e le imprese italiane impegnate nell'internazionalizzazione

## Obiettivi e metodologia della ricerca

---

verso la Repubblica Popolare Cinese, nonché quali siano i rapporti istituzionali tra il territorio della provincia di Torino e la Repubblica Popolare Cinese. Nella seconda fase della ricerca qualitativa abbiamo effettuato interviste in profondità a 14 imprenditori cinesi, che operano nel comune di Torino. Il reperimento di imprenditori disponibili a farsi intervistare non è stato agevole, a causa della scarsa disponibilità di tempo, delle difficoltà linguistiche e della diffidenza di molti tra coloro che abbiamo cercato di contattare senza ricorrere ad un intermediario cinese. Non abbiamo avuto bisogno di un interprete per superare la barriera linguistica, poiché le competenze linguistiche degli imprenditori sono abbastanza sviluppate da permettere la reciproca comprensione, ma l'intermediazione di un connazionale che conoscessero e di cui si fidassero si è rivelata il più delle volte necessaria per accedere agli imprenditori e per ottenerne la fiducia. Ciò si spiega anche con l'importanza che le reti di relazione e di conoscenza (le *guanxi*) ricoprono nella società e nella sociabilità cinese. Gli intermediari cui ci siamo rivolti sono rappresentanti di associazione, che ci hanno indirizzati verso degli imprenditori da intervistare, contattandoli personalmente e garantendo per noi, della nostra affidabilità. A parte rari casi, gli imprenditori che si sono potuti intervistare sono soprattutto membri della famiglia dell'intermediario principale della ricerca, cioè persone sulla cui disponibilità si poteva contare maggiormente, in virtù dei legami con questo. Per questo siamo profondamente riconoscenti alle persone che ci hanno aiutato nel costruire il nostro campione. Dei 14 imprenditori intervistati: quattro sono membri consanguinei o affini della famiglia di un noto rappresentante di associazione e mediatore culturale cinese di Torino. Altri quattro imprenditori sono essi stessi rappresentanti o membri che occupano cariche importanti nell'ambito di associazioni cinesi, mentre sei sono stati contattati attraverso delle conoscenze comuni. Tra questi ultimi, alcuni

risultano essere persone che sia per militanza in un'associazione, sia per tipologia di lavoro, si situano in una zona di contatto tra la società italiana e la comunità cinese; altri invece sono giovani cinesi che sono emigrati in Italia in giovanissima età e che si considerano quindi quasi di seconda generazione.

Questa ricerca è segnata quindi da un vincolo importante: quello del reclutamento degli "informatori", ovvero degli imprenditori intervistati. Essi infatti sono perlopiù persone che operano già da interfaccia tra la comunità cinese e la società italiana: presidenti o militanti delle associazioni che rappresentano la comunità o promuovono la cultura cinese, interlocutori delle istituzioni, giovani di seconda generazione.

La modalità di contatto e di selezione degli imprenditori da intervistare, a partire dalle relazioni instaurate con questi intermediari, ha quindi implicato che fossero intervistati individui maggiormente inseriti nelle reti sociali e in particolare in quelle più attive e relazionate al territorio e alla società italiana, con un livello minimo di conoscenza della lingua italiana, e con un maggiore incentivo a partecipare alla ricerca, in virtù dei legami di parentela o conoscenza con gli informatori.

Di conseguenza, è rimasta esclusa dal nostro campione quella parte di imprenditori cinesi più isolati o inseriti in reti più chiuse e meno raggiungibili. In effetti, quando abbiamo provato a contattare autonomamente, senza l'intervento di intermediari, questo tipo di imprenditori, scelti aleatoriamente nelle zone di maggiore concentrazione cittadina di imprese cinesi, abbiamo ottenuto dei gentili rifiuti. L'impressione che abbiamo avuto è che il rapporto con la società italiana e con gli italiani, quando non si tratti di offrire un servizio professionale, permanga difficile e debba essere mediato da un intermediario che faccia da garante, per attestare l'af-

## Obiettivi e metodologia della ricerca

---

fidabilità e la correttezza della persona che si presenta a loro. Si è avuta l'impressione anche di un diffuso timore a parlare della propria attività, di raccontare il proprio percorso, come se si temesse di dire qualcosa di sbagliato o di essere in seguito perseguibili per una qualche irregolarità commessa, magari inconsapevolmente.





# L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

di *Melissa Blanchard e Carlotta Maffeo*<sup>12</sup>

## 3.1 *L'immigrazione cinese in Italia*

### *Una breve storia della presenza cinese nella Penisola*

Secondo i dati più recenti (anno 2009), i cinesi costituiscono la quarta comunità migrante in Italia, con un'incidenza del 4,4% sul totale della popolazione straniera, che conta più di quattro milioni di residenti<sup>13</sup>. Si tratta di una presenza che è più che raddoppiata negli ultimi anni, passando dalle 86.737 unità della fine del 2003, alle 188.352 unità del 31 dicembre 2009. Di pari passo aumentano anche le rimesse, che superavano i 600 euro al mese pro capite nel 2007, mentre solo nel 2004 toccavano appena i 152 euro al mese (Caritas/Migrantes, 2010).

I primi migranti cinesi sono arrivati nel nostro Paese a partire dal primo dopoguerra, in genere provenendo da altri paesi europei. In particolare dalla Francia che, insieme alla Germania, all'Olanda e all'Inghilterra rappresentano i Paesi storici d'insediamento della diaspora cinese

---

Nota

<sup>(12)</sup> I paragrafi 3.1 e 3.3 sono a cura di Melissa Blanchard; i paragrafi 3.2 e 3.4 sono a cura di Carlotta Maffeo.

<sup>(13)</sup> Banca dati Istat: [www.demo.istat.it](http://www.demo.istat.it).

in Europa. Tra i numerosi cinesi originari essenzialmente dell'area di Wenzhou, nella provincia dello Zhejiang, che si erano spostati in Francia durante il primo conflitto mondiale per compiere il duro e pericoloso lavoro di sminatore, alcuni si sono in seguito diretti a Milano, dove si sono specializzati quasi esclusivamente nella vendita ambulante di cravatte di seta (Introvigne, 2008). Negli anni successivi, a questi si aggiunge qualche intellettuale attivo come giornalista o docente, ma anche altri cinesi che avevano combattuto a fianco degli alleati nella Seconda Guerra Mondiale e che, spesso arrivati in Italia come prigionieri di guerra, decidono di restare nella Penisola. Oltre a Milano, che è stato il primo luogo di approdo di questo gruppo, i cinesi cominciano presto a dirigersi a Bologna, Firenze e Roma. La maggior parte dei migranti della prima ondata, che non contava più di qualche centinaio di persone, ha rapidamente fatto fortuna. Molti di loro sono diventati imprenditori aprendo laboratori di lavorazione tessile o di pelletteria e hanno cominciato ad attivare le prime catene migratorie chiamando a lavorare con loro familiari e compaesani dal paese d'origine (*ibid.*). A partire da questa base, dalla fine degli anni Settanta e soprattutto nel corso degli anni Ottanta, si sviluppano i grandi flussi di immigrazione cinese che iniziano a diventare visibili nelle nostre città.

Il modello d'insediamento dei primi migranti cinesi in Italia è stato spesso paragonato a quello dei cinesi negli Stati Uniti o in paesi europei di più vecchia immigrazione. In questi contesti, la letteratura fa riferimento al modello degli "astronauti", un termine coniato nella stessa Cina, con cui si designano emigranti originari delle classi medie, che si spostano verso contesti (pianeti) culturalmente sconosciuti nell'ottica di una strategia di massimizzazione dei guadagni e delle opportunità d'affari e non sospinti dalla povertà (Campani, Carchedi e Tassinari, 1994). Essi si propongono di "colonizzare" quindi nuovi territori, ponendo anche le basi per una nuova catena

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

migratoria composta da dense reti di relazioni con altre "colonie" migratorie, spesso costituite da cinesi originari della stessa zona ma insediati in paesi differenti. Solo in seguito sbarcano anche immigrati più poveri, chiamati proprio da familiari o "compaesani" arrivati con la prima ondata. Massimo Introvigne (2008) mette in luce però come il modello degli "astronauti" corrisponda solo parzialmente alla realtà italiana, dove i piccoli imprenditori cinesi benestanti discendono dalla prima immigrazione cinese degli anni Venti e godono quindi di un radicamento stratificato nel tempo, che non ha implicato una strategia di esplorazione imprenditoriale. Simili agli "astronauti", sempre secondo Introvigne (ibid.), sono piuttosto i ristoratori arrivati in Italia negli anni Ottanta e nella prima metà degli anni Novanta, che avevano già a disposizione il capitale necessario all'avvio di un'attività, mentre molti altri migranti arrivati nello stesso periodo hanno dovuto lavorare come dipendenti prima di poter faticosamente passare al lavoro autonomo.

Infatti, a partire dagli anni Ottanta, e soprattutto negli ultimi venti anni, si è assistito ad una crescita esponenziale dell'immigrazione cinese in Italia, soprattutto grazie alla riattivazione delle catene migratorie a carattere familiare di cui abbiamo parlato, il cui funzionamento era stato interrotto durante il primo trentennio della Repubblica Popolare Cinese (1949-1979 circa). Con l'apertura della Repubblica Popolare al mondo esterno promossa da Deng Xiaoping negli anni Ottanta, che permette tra l'altro ai cinesi di "uscire" dalla Cina, prende avvio anche una serie di riforme in campo economico, che condurranno al rapido sviluppo della madrepatria. La riattivazione dei flussi migratori in uscita dalla Cina, vede espandersi la presenza cinese in quasi tutti i paesi d'Europa, Italia compresa, e diffonde un modello migratorio differente da quello delle ondate precedenti (Laczko, 2003). Questi migranti vengono designati come "nuovi migranti" (*xin yimin*), per differenziarli dalla diaspora cinese storica.

Oggi le reti della diaspora cinese collegano Londra e Rotterdam, poli storici della presenza cinese in Europa, a Budapest e Prato, centri importanti dell'attuale insediamento cinese nel Vecchio Continente. L'Italia si configura attualmente come il paese dell'Europa meridionale che rileva la maggiore presenza di cinesi, attratti da ampie possibilità di lavoro, ma anche dalle frequenti sanatorie. Infatti, tra gli anni Ottanta e Novanta, la maggior parte dei cinesi sono entrati in Italia come irregolari, partendo sia dalla Cina sia da altri paesi europei, ed hanno in seguito avuto la possibilità di mettersi in regola grazie alle diverse regolarizzazioni, specialmente quelle del 1986 e del 2002 (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Dalla fine degli anni Novanta, invece, la maggior parte dei migranti cinesi sono entrati in Italia in modo regolare, sia grazie al ricongiungimento familiare, sia inserendosi nelle quote annuali per l'ingresso dei lavoratori stabilite dal governo, spesso "chiamati" da un parente con un'impresa già avviata in Italia. Così, se nel 1996 i cinesi in possesso di un permesso di soggiorno in Italia erano circa 29.000, nel 2003 erano 86.737, mentre a fine 2009 sono 188.352 (Di Corpo, 2009; Caritas/Migrantes, 2010).

Dalla ripresa dei flussi migratori verso l'Italia dell'ultimo trentennio, la maggior parte dei migranti cinesi è composta da lavoratori non qualificati, arrivati in cerca di fortuna e che in un primo momento si sono inseriti negli impieghi poco qualificati nell'ambito dei laboratori o dei ristoranti tenuti da connazionali. Questo è accaduto anche a causa di una specifica politica sull'immigrazione che non è stata interessata ad attrarre migranti qualificati e che, anche in presenza di migranti altamente scolarizzati sul territorio, non ha saputo riconoscerne le qualifiche e utilizzarne le competenze. Dalla fine degli anni Novanta, invece, con l'ingresso di un numero crescente di migranti cinesi nel settore dell'import-export e con lo sviluppo delle politiche di attrazione di gruppi di studenti e giovani laureati cinesi ad opera del governo (dal 2005) la composizione della

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

popolazione cinese migrante in Italia ha iniziato a differenziarsi (Ceccagno, 2009).

Secondo l'approfondimento dedicato all'immigrazione cinese in Italia dal Dossier Statistico Immigrazione Caritas Migrantes del 2009, la popolazione cinese residente in Italia è caratterizzata da un'età particolarmente giovane, con una media di 29 anni per le donne e di 31 anni per gli uomini e con una concentrazione generale della popolazione nella fascia d'età tra i 25 e i 40 anni. Sono molto presenti anche bambini nel primo anno di età, mentre diminuiscono dopo il secondo anno, tendenza che conferma la pratica dei migranti di inviare i figli in Cina, in seno alla famiglia d'origine e di farli tornare, in media, intorno al decimo anno di età. Sono invece pochi gli ultra-sessantenni, poiché è molto diffusa la tendenza a tornare in patria dopo i 50 anni ed anche a farsi curare in Cina in caso di malattie gravi, fatti che spiegano anche lo scarso numero di decessi nel nostro Paese. I pochi cinesi che muoiono nel nostro Paese vengono regolarmente seppelliti nei cimiteri italiani, sfatando uno dei luoghi comuni più persistenti in Italia, quello che "i cinesi non muoiono mai"<sup>14</sup>, ovvero che i cadaveri dei defunti di origine cinese vengono occultati, come suggerisce anche l'*incipit* del famoso libro di Roberto Saviano, *Gomorra*.

I cinesi, come abbiamo detto, nel nostro Paese sono oggetto di credenze e luoghi comuni che spesso non hanno alcun fondamento, anche perché di frequente la popolazione locale e la popolazione cinese non hanno rapporti diretti e si conoscono poco. Fin dai primi studi sulle migrazioni cinesi in Italia, infatti, sono stati messi in luce i problemi di inserimento nella società locale, attribuiti essenzialmente all'ostacolo della lingua, che non va di pari passo con il riuscito inserimento economico, il quale a sua volta, con il carico di lavoro che impone, non facilita certo il reperimento di spazi e tempi di mutua conoscenza con gli autoctoni (Carchedi, 1994).

---

Nota

<sup>14</sup> Cfr. il libro di Oriani e Staglianò, intitolato appunto "I cinesi non muoiono mai", Milano, Chiarelettere, 2008.

Si sottolineano anche le tensioni con le popolazioni locali, soprattutto in quelle zone del paese, come la Toscana, in cui i cinesi sono maggiormente inseriti in una specifica nicchia economica e per questo percepiti come pericolosi concorrenti dalla popolazione locale (Tassinari, 1994). Spesso i locali temono anche le attività dei cinesi perché ipotizzano la presenza di una fantomatica “mafia” dietro al loro successo. Gli studi confermano in effetti la presenza di società segrete e di attività di estorsione gestite da cinesi, ma sottolineano chiaramente come questi comportamenti siano da attribuirsi a sezioni marginali della popolazione cinese migrante (Galli, 1994; Becucci, 2008). È altresì diffusa l’idea che le imprese cinesi osservino meno la legislazione vigente rispetto alle imprese italiane, mentre i dati mostrano che l’evasione fiscale e le pratiche di lavoro non dichiarato tra le ditte cinesi e le ditte italiane sono sostanzialmente analoghe (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Semmai, come vedremo, sono diffuse pratiche di auto-sfruttamento nell’ambito delle attività gestite da cinesi, in cui i dipendenti, cinesi anch’essi, si trovano a lavorare anche di notte, con turni massacranti, cosa che aumenta la produttività dell’impresa, senza per questo dare necessariamente adito a fenomeni di schiavitù sul lavoro, anch’essi facilmente attribuiti alla comunità cinese nell’immaginario e nel discorso collettivo.

### *Le zone d’origine dei migranti cinesi in Italia*

I primi migranti arrivati in Italia erano originari della provincia del Zhejiang, situata nella Cina del Sud-Est. Lo Zhejiang ha una superficie pari ad un terzo di quella italiana, con una popolazione che ammonta a quasi 56 milioni di abitanti. Terra poco adatta all’agricoltura e da sempre area di emigrazione e commercio grazie alla sua apertura sul mare, nei primi decenni dell’era comunista la zona del Zhejiang soffriva di un cronico sottosviluppo: il governo vi aveva investito poco rite-

nendo che i suoi abitanti fossero degli irriducibili controrivoluzionari, troppo propensi al modello capitalista e alla piccola impresa. All'inizio degli anni Ottanta la zona si trovava quindi in una condizione di povertà endemica, costellata da piccoli villaggi di montagna, isolati e tradizionali, centrati su un'economia di sussistenza. È questa situazione di isolamento e di povertà che ha incentivato la riattivazione delle vecchie catene migratorie e la nascita di nuove, tanto che oggi i zhejiangesi costituiscono la maggioranza dei cinesi presenti in Italia, mentre interi villaggi delle zone di origine si sono spopolati e vi rimangono solo gli anziani e i bambini<sup>15</sup>.

I primi ad arrivare in Italia furono zhejiangesi del distretto montano di Qingtian, che vi arrivarono passando per la Francia ed il Belgio, presto raggiunti da compatrioti originari dell'area rurale del distretto di Wencheng e di Rui'an ed in seguito da migranti di origine urbana, in particolare

Nota

---

<sup>(15)</sup> *Questi villaggi fantasma vengono chiamati qiaoxiang, letteralmente "villaggi di emigranti" (Cologna e Farina, 1997) e sono teatro di una cultura diasporica consolidata da generazioni. Qui si trovano numerose "case totem", abitazioni costruite per le famiglie allargate, ma vuote, in cui risiedono solo gli anziani della famiglia, al piano terra. In questi contesti, l'emigrazione è un'esperienza fondante del ciclo di vita ed è vissuta come una fase attraverso la quale è necessario passare per acquisire uno status sociale riconosciuto. Se la carriera dell'emigrato procede come ci si aspetta, infatti, i benefici si faranno sentire anche sul suo contesto di partenza. Le rimesse sono frequenti, come pure le "donazioni", azioni attraverso cui il migrante rafforza la sua immagine sociale (mianzi, letteralmente "faccia"), il suo status e la sua reputazione. I migranti non solo acquistano terreni e immobili per sé e per la propria famiglia (che poi magari resteranno disabitate), ma elargiscono somme anche cospicue per la costruzione di strade, scuole, ospedali e ospizi per anziani (ed in questo, come vedremo, il ruolo delle associazioni di emigrati può essere di aiuto). Per queste donazioni, il montante, come osserva Cologna, è sempre indicato a fianco del nome del donatore nei giornali locali in Cina ed in quelli che circolano nelle comunità diasporiche all'estero. I qiaoxiang si riconoscono oggi per il contrasto tra le infrastrutture locali e quelle dei villaggi vicini che, sebbene situati nello stesso distretto, non hanno lo stessa storia di emigrazione di massa. Oltre a strade, ponti e case moderne, un segno di distinzione sono le tombe-mausoleo di lignaggio costruite dagli emigrati, che ospitano diverse generazioni di defunti, e che in Cina sono un lusso riservato solo ai più ricchi (intervista del 18 gennaio 2011).*



provenienti dall'area di Wenzhou, oggi prospero porto dello Zhejiang meridionale e zona "storica" dell'emigrazione cinese verso l'Europa. Questi ultimi, partiti solo in tempi relativamente recenti, percepivano probabilmente meno l'esigenza di emigrare, trovandosi in un ambiente più interessato dalla crescita economica, e non alle sue periferie. Nella prima metà degli anni Ottanta, soprattutto nella zona di Milano, si è molto rafforzata la presenza di cinesi del distretto di Wencheng, mentre i migranti originari di Qingtian si spostavano sempre di più dalla capitale lombarda verso Roma, Bologna e Prato, in cerca di nuove opportunità imprenditoriali. Questa tendenza continua anche oggi, tanto che la maggior parte delle nuove entrate è rappresentata da cinesi del distretto di Wencheng. In generale, i cinesi di Wencheng sono considerati dai cinesi originari di altri distretti come "montanari", chiusi, particolarmente attaccati alle tradizioni, sicuramente più dei cinesi originari di Qingtian e di Rui'an, così come dei cittadini di Wenzhou (Cologna e Farina, 1997).

Dall'inizio degli anni Novanta sono arrivati in Italia anche i cinesi della provincia del Fujian, che si sono inseriti nell'economia etnica dei connazionali del Zhejiang adottando i modelli di insediamento produttivo esistenti (Ceccagno, 2009). In un primo momento hanno svolto i lavori più umili nelle imprese dei zhejianesi, mentre più tardi hanno iniziato ad aprire piccole attività in proprio, assumendo come operai altri cinesi provenienti dalla loro stessa zona di origine. Ceccagno (2009) nota che i cospicui flussi migratori provenienti dal Zhejiang e dal Fujian sono alimentati dalla diffusione nelle aree di origine di una cultura che vede nell'emigrazione la migliore opportunità di promozione individuale e familiare, stigmatizzando le alternative locali come un ripiego. Un piccolo numero di migranti cinesi, arrivati in Italia dalla seconda metà degli anni Novanta, proviene invece dalle province del Nord-Est della Cina - Heilongjiang, Jilin e Liaoning - e dalla

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

zona della Manciuria. Si tratta di migranti originari di grandi aree urbane industriali, stravolte dalla riorganizzazione delle imprese statali, che in generale non apprezzano il modello di lavoro dei zhejiangesi, ma che preferiscono il lavoro dipendente presso datori di lavoro italiani. Infine, abbiamo già menzionato i flussi di studenti e giovani laureati che arrivano in Italia, perlopiù da Pechino, per perfezionare la propria formazione, anche in virtù degli accordi interuniversitari Italia-Cina, stipulati in particolare con il Politecnico di Torino e di Milano.

Figura 2

Mappa della Cina



Figura 3

Mappa del Zhejiang



### Gente di Wenzhou

*Wenzhouren*, "gente di Wenzhou" è il termine che viene utilizzato da cinesi di altre zone per indicare i cinesi provenienti dalla città e dai distretti che circondano la città di Wenzhou, nel Zhejiang meridionale (Cologna e Farina, 1997) e che rimanda subito anche al modello

imprenditoriale di cui si fanno portatori, che vale loro l'epiteto di "ebrei cinesi". L'area sotto la giurisdizione metropolitana di Wenzhou conta circa sette milioni di abitanti, di cui oggi circa il 25% vive all'estero, disseminato tra Olanda, Francia, Spagna, Ungheria e Italia (Cologna, 2006a). La zona di Wenzhou, storicamente marginale rispetto alle più importanti strutture economiche del Paese, a seguito della politica di apertura voluta da Deng Xiaoping è stata l'epicentro di un rapidissimo sviluppo economico basato sulla piccola impresa individuale. Negli anni Ottanta si è parlato di "miracolo", di "modello Wenzhou", ponendo la città al centro di una "piccola rivoluzione capitalista" (Cologna, 2006a), che ha toccato anche le zone periferiche, investendo le aree rurali e montane circostanti, economicamente arretrate e impreparate all'aumento del costo della vita (come il distretto di Wengchen, Quingtian e Rui'an). Questo è stato uno dei fattori che si trovano alla base della grande riattivazione dell'emigrazione dai villaggi di questi distretti, come strategia di aggiustamento "strutturale".

I nuovi emigrati degli anni Ottanta esportano anche in Europa un modello di promozione sociale basato sulla piccola impresa familiare, che, come sappiamo, fin dall'inizio si è concentrata nel settore dei laboratori tessili e di pelletteria e in quello della ristorazione (Cologna, 2006c). Nella maggior parte dei casi non sono i più indigenti a migrare, bensì coloro che possono contare sul contributo economico e logistico della famiglia, nella quale ci sono già dei membri emigrati. Non si migra quindi per stretta necessità, ma per realizzare un percorso di ascesa sociale e personale, che ruota intorno all'obiettivo del successo economico (Campari, Carchedi e Tassinari, 1994). Il modello imprenditoriale dei *Wenzhouren* si caratterizza, agli occhi degli altri cinesi, per una grande spregiudicatezza, una propensione al rischio imprenditoriale ed una disponibilità tenace a "masticare amaro e lavorare sodo" pur di rag-

giungere i propri obiettivi (Cologna, 2006a:2). E se in passato i *Wenzhouen* soffrivano di una reputazione negativa, basata sugli stereotipi della loro scarsa istruzione e del loro attaccamento al denaro (Cologna e Farina, 1997), oggi sono citati come esempio del successo negli affari, tanto che in Cina proliferano pubblicazioni di "storie esemplari", che trasmettono il modello del *businessman* di successo di Wenzhou.

Grazie al *boom* della piccola industria, del commercio e dell'emigrazione, Wenzhou è stata investita da una rapidissima crescita, che rende la città irriconoscibile di anno in anno, a causa anche dello sviluppo edilizio realizzato con le rimesse degli emigrati. Basti pensare, per esempio, che dal 1978 al 2004 il PIL è cresciuto del 700% e che molte imprese di questa zona, tra cui forse le più conosciute sono quella della fabbricazione di accendini e delle calzature, benché la specializzazione locale sia nella lavorazione di pelle e tessuti, sono considerate tra le più importanti della Cina intera (Marsden e Caserta, 2010). Sicuramente uno dei fattori che si trovano alla base del rapidissimo sviluppo del Zhejiang meridionale è l'afflusso di capitale straniero, proveniente dai cinesi della diaspora, molti dei quali sono *partner* delle *joint ventures* nate dalla metà degli anni Ottanta (Cologna, 2006a). Wenzhou importa capitali, tecnologie, capacità manageriali e esporta i prodotti dei suoi laboratori ma anche una "modalità" locale del fare impresa, ovvero la profonda volontà di diventare, costi quel che costi, un lavoratore autonomo, un *laoban* (Ma Mung, 1994).

L'attività autonoma è spesso infatti l'obiettivo che sottende l'avventura migratoria dei zhejiangesi e diventare padrone d'impresa implica acquisire uno status che segna il successo del percorso migratorio del singolo quanto della sua intera famiglia (Marsden, 2002). Molte ricerche sottolineano l'aspirazione dei migranti cinesi allo status d'imprenditore, la loro grande

disponibilità al lavoro, il frequente ricorso al familismo imprenditoriale, ovvero la tendenza a prendere come dipendenti membri della propria famiglia, o individui provenienti dallo stesso luogo d'origine o distretto (Ceccagno, 1999). Il fatto che i migranti provengano dal Zhejiang meridionale ed in particolare dall'area di Wenzhou sembra incidere su questa "propensione", poiché come abbiamo detto, questa zona è caratterizzata già da una permeante cultura della piccola impresa.

Abbiamo visto però che la parte più cospicua dei flussi migratori cinesi che sono approdati in Italia è originaria di un'area che si situa a cavallo di quattro distretti contigui alla città di Wenzhou: Rui'an, Qingtian, Wencheng e il distretto stesso di Wenzhou. L'entroterra di Wenzhou, di cui sono originari gran parte degli emigranti, è un'area rurale ancora piuttosto tradizionale, in cui la cultura dei piccoli laboratori non è diffusa. Tuttavia anche tra di loro il modello di successo della migrazione è sempre legato alla figura del *laoban*. Secondo Cologna quindi, la cosiddetta "cultura imprenditoriale" di cui questi migranti sarebbero portatori, si sviluppa soprattutto in Europa, cioè in situazione migratoria, sulla base di un'efficace sintesi di elementi culturali delle zone d'origine e di strategie di adattamento ai contesti locali. L'accanimento sul lavoro, che consente loro di lavorare fino a sedici ore al giorno, per esempio, è qualcosa che apparterrebbe esclusivamente al contesto dell'emigrazione (Cologna, 1997).

Come messo in evidenza, il tema della presenza o meno di una vocazione imprenditoriale presso i migranti cinesi è al centro di un vivace dibattito sociologico e di conseguenza la questione delle radici culturali della vocazione all'impresa tra i migranti del Zhejiang meridionale, come suggerisce Colonia, deve essere sottoposta ad un'attenta riflessione critica.

### *Reticoli familiari e strutture di parentela*

La famiglia riveste un ruolo fondamentale nella preparazione della migrazione. Essa assicura un supporto materiale e logistico al migrante per l'organizzazione del viaggio e per il primo periodo successivo all'arrivo. Ma lo sostiene anche nell'attivazione e gestione d'impresa, fornendo sia un capitale d'avvio, sia un importante apporto di forza lavoro, nonché l'accesso a reti di conoscenza e di scambio fondamentali per la costituzione dell'attività.

All'arrivo in Italia gli immigrati dipendono quasi totalmente dalla propria rete familiare (o di amicizie strette che si associano a rapporti familiari), nei confronti della quale non solo spesso sono in debito per il costo del viaggio, ma alla quale si appoggiano per trovare alloggio e impiego, come per svolgere le pratiche burocratiche e per tutti i rapporti legati all'interazione con il contesto locale (Berti, 2000). In molti casi è il datore di lavoro stesso, membro della famiglia o amico stretto, che fornisce vitto e alloggio al nuovo arrivato (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Ciò genera verso di lui un profondo "senso di debito" e di riconoscenza (Ceccagno, 1997), ulteriore elemento che spiega i particolari rapporti di lavoro tra dipendenti e "padroni" nell'ambito delle attività gestite da cinesi, spesso erroneamente assimilati dalla stampa a rapporti di schiavitù (Ceccagno e Rastrelli, 2008).

Il "familismo" è un fenomeno sociale e psicologico e benché sia riconducibile ad un'antica origine pre-confuciana, è divenuto un elemento fondamentale nel sistema di valori confuciano (Bloom 1985). Secondo quest'etica, ognuno ha il compito di rispettare l'ordine gerarchico e di assolvere al meglio il suo ruolo nella comunità, basandosi sui valori fondamentali della reciprocità e della deferenza. La famiglia è sempre stata considerata come l'unità di base della società, sebbene la definizione dei suoi confini sia vaga, poiché va dalla fami-

glia allargata di cinque generazioni che vivono sotto lo stesso tetto e che costituisce l'idealtipo della famiglia cinese tradizionale, alla famiglia nucleare, passando per la forma più diffusa, che è quella della famiglia composta da tre generazioni che vivono insieme (i nonni, i genitori ed i figli/nipoti di uno o più figli maschi), detta anche famiglia ceppo (*stem family*) (Baker 1979). Mentre le culture occidentali moderne considerano la famiglia come un'istituzione funzionale in gran parte a fornire all'individuo un ambiente per essere cresciuto ed educato, per poi uscirne, la cultura cinese tradizionale ha una concezione opposta della famiglia. In essa, infatti, non è la famiglia che esiste per sostenere l'individuo, ma è l'individuo che esiste per dare continuità alla famiglia e le sue azioni devono mirare a soddisfarne le esigenze (ibid.).

Benché si basi sui principi dell'etica confuciana, che dovrebbero darle stabilità, la famiglia cinese, come ogni famiglia, è sempre stata piena di tensioni e portata alla scissione in piccole unità, ben distanti dal modello della "grande famiglia" di cinque generazioni. È interessante notare che i principi che sottostanno alla formazione della famiglia potevano applicarsi anche alla formazione di gruppi di parentela più estesi della stessa famiglia allargata. In vaste aree della Cina, e soprattutto nelle province del Sud Est (come quella del Zhejiang), questi principi si trovavano alla base di gruppi di parentela chiamati lignaggi. Un lignaggio è un gruppo di uomini che condividono la discendenza da uno stesso avo, che vivono in uno stesso insediamento (o villaggio), che condividono la proprietà di alcuni terreni (una parte cospicua e più produttiva delle terre dell'insediamento deve appartenere in eterno al lignaggio e non può essere divisibile) e che sono nominalmente sottomessi all'autorità dell'uomo più vecchio per generazione e età. Un lignaggio corrisponde nella pratica ad un cognome, tuttavia, una volta che un lignaggio diveniva troppo esteso, poteva



dividersi in molteplici sotto-segmenti, ognuno dei quali costituiva un lignaggio a sé stante (Baker, 1979).

Espandendosi oltre la dimensione del lignaggio, i gruppi di parentela nella società cinese tradizionale potevano formare un clan. Questo era un gruppo di parentela "artificiale", non connesso a legami di parentela ravvicinati e relativamente recenti. Era piuttosto un amalgama, scelto deliberatamente, di più lignaggi accomunati dallo stesso cognome in una federazione dai vincoli "allentati". In genere, l'appartenenza ad un clan era definita dai confini di una vasta area di campagna, oppure ricalcava delle frontiere amministrative (dalla provincia, alla prefettura). Il clan era fondato dai possidenti di ogni lignaggio per servire i loro interessi e la sua funzione globale era di elevare la posizione di contrattazione dei lignaggi che lo componevano rispetto al resto della società ed in particolare rispetto al governo, attraverso l'unità ed il peso numerico del clan. Fino a metà del secolo scorso, un cognome in comune era considerato una parentela in comune, anche oltre i confini del clan, determinando quindi possibilità di alleanza a livello sia individuale che di gruppo. Perciò un lignaggio poteva cercare sostegno in tempi difficili presso altri lignaggi che avevano il suo stesso cognome, e riferirsi alla loro forza comune come ad un clan, anche se mancava qualunque tipo di legame formale tra di essi (ibid.). Il governo comunista si è impegnato attraverso una capillare azione legislativa ad eradicare la mentalità della "grande famiglia" della Cina tradizionale e le istituzioni su cui si fondava. La riforma agraria maoista del 1953-54 ha inoltre distrutto la base del potere dei lignaggi, ovvero il controllo della proprietà terriera e dei suoi proventi. I lignaggi si sono quindi rapidamente indeboliti, anche perché non disponevano più di dei fondi necessari a sostenere la vita cerimoniale ed i rituali

religiosi che ne rinforzavano la coesione, i quali ad ogni modo erano disapprovati dallo Stato. Oggi il potere del lignaggio è decisamente diminuito in dimensione longitudinale, ma rimane forte là dove a livello locale questi sono diventati parte delle strutture di potere. Tuttavia la stampa cinese attacca periodicamente il "clanismo" di alcuni gruppi familiari, in parte come profilassi ed in parte come risposta alla diffusione di pratiche che continuano a favorire la parentela. In sintesi, i principi della parentela non sono più così forti come nella prima metà del Novecento, però possono tuttora, sebbene in minor misura, operare a differenti livelli dell'organizzazione sociale, dal più ristretto al più vasto, formale o informale, transitorio o permanente.

### *Guanxi*

Da queste riflessioni si comprende l'importanza delle *guanxi*, le relazioni, come concetto ma anche come pratica. Gli individui, nella cultura cinese, non sussistono autonomamente, ma si muovono in un sistema di scambi, ed ogni azione implica il coinvolgimento di un numero imprecisato di agenti, intermediari; ognuno è, in momenti diversi, creditore e debitore, richiedente e interpellato. *Guanxi* significa letteralmente "allacciare, intrattenere relazioni" (Andreini, 2006) e con questo termine i cinesi intendono una rete di conoscenze e di relazioni privilegiate, familiari e amicali, che si traduce anche in una struttura di mutua assistenza e di sostegno materiale per il singolo individuo che abbia saputo pazientemente coltivarla (Cologna, 1997; Cologna, 2006b). La *guanxi* può quindi attivarsi per sostenere l'individuo sia nella migrazione, sia nella costituzione dell'impresa, o ancora, più in generale, nei momenti di bisogno. La *guanxi* viene assimilata dai sociologi cinesi al concetto di capitale so-

ziale, poiché corrisponde sia ad un'unità sociale, ad una rete di legami affettivi, sia ad una serie di modalità di aiuto reciproco necessarie alla costruzione del futuro di ogni individuo.

Le *guanxi* esprimono quindi un rapporto di mutua convenienza, a differenza dei legami familiari che sono più stabili ma che implicano forse un maggior carico di doveri "a fondo perduto". Nel sistema delle *guanxi* il soggetto talora sottosta ad obblighi tassativi, ma allo stesso tempo costruisce con pazienza e fatica la sua rete di *guanxi*. Infatti ognuno è obbligato a soddisfare quanto richiesto, per l'incorporazione di un vincolo "morale", pena la perdita della "faccia" (*mianzi*), ovvero del suo status sociale, e il diventare "inaffidabili", che vuol dire anche essere esclusi dal sistema di scambi e di relazioni che forma la società dell'individuo. Le *guanxi* esprimono quindi relazioni in cui la violenza non è contemplata, poiché la sanzione per chi non ne rispetta il funzionamento è l'esclusione dal sistema di relazioni stesso, ovvero la morte sociale all'interno della comunità cinese. In una transazione quindi un soggetto non deve rimetterci la faccia, ma guadagnare in termini di onore, credibilità, dignità. Chi non ha *mianzi* non ha modo di allacciare *guanxi*: in questi termini la "faccia" è una sorta di valore concreto che può essere speso nelle relazioni. Il sistema delle *guanxi* permette di crescere e prosperare, ma domanda anche molto al singolo a cui dà e, come abbiamo visto, il rifiuto non è una risposta contemplata. Per cui le *guanxi* sono reti a prova di fallimento perché si basano su prestiti e mutui, nella maggior parte dei casi senza tassi d'interesse<sup>16</sup>, accordati da conoscenti a conoscenti, che non contemplano nemmeno la possibilità di non restituirli. Le *guanxi*

---

#### Nota

<sup>(16)</sup> La questione degli interessi applicati ai prestiti che circolano lungo il reticolo delle *guanxi* rimane controversa e deve essere sottoposta ad ulteriori verifiche, poiché, anche se la maggior parte della letteratura non ne fa esplicitamente menzione, alcune recenti ricerche sul campo attestano l'applicazione di tassi di interesse ai prestiti tra parenti, amici e "compaesani" (Bressan, 2011).

tendono quindi a privilegiare il più debole, poiché difficilmente c'è parità tra i contraenti, e talora la loro logica coincide con il cosiddetto *zou houmen* ("passare dalla porta di servizio"), ovvero aggirare l'ostacolo cercando una scorciatoia (Andreini, 2006).

Le diversità del modo di fare *business* dei cinesi, rispetto a quello occidentale, derivano in gran parte dalla cultura della *guanxi*. "La capacità di fare rete garantisce il successo ed il futuro del cinese, ed un cinese, specialmente all'estero, vale essenzialmente per la *guanxi* che riesce ad alimentare" (Di Corpo, 2009), in un costante lavoro di dare e avere, chiedere e prestare, che è opera di tutta la vita, ma culmina nei matrimoni. Per cui, se ha bisogno di soldi, un giovane si sposa, riuscendo così a riscuotere tutti i crediti che i genitori hanno accumulato nel corso della vita ed in questo senso i matrimoni servono spesso a finanziare l'apertura di un'attività imprenditoriale (Cologna, 2006b).

La forza delle *guanxi*, sia in Cina che nella diaspora, deriva dallo stato di necessità, dal bisogno di avere un appoggio in una situazione in cui l'accesso alle risorse (siano esse denaro o impiego) è difficile. Le pratiche legate alle *guanxi* perdono quindi la loro pregnanza nei casi di gestione avanzata delle imprese, poiché interferiscono con l'efficienza dell'impresa, domandando un grande dispendio di energie e di risorse. Per questo motivo nelle zone più ricche della Cina la loro dimensione è in declino.

### ***La specificità dei rapporti di lavoro comunitari***

È stato messo in luce che l'etnicità dei contesti di lavoro e la specifica concezione dei rapporti tra dipendente e datore di lavoro possono produrre oggettive forme di sfruttamento, anche se non sempre esse sono percepite come tali (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Le moda-

lità di lavoro nelle diverse attività cinesi, ristoranti e laboratori *in primis*, sono infatti anche il risultato di una visione condivisa tra datori di lavoro e dipendenti, che implica sfruttamento e autosfruttamento, ma anche accordi interni negoziati e che è spesso percepita come favorevole per entrambe le parti, ovvero come la strada più rapida e più efficiente verso il successo, sia per l'imprenditore, che per i suoi dipendenti. In questo senso, se i dipendenti sono disposti a lavorare molte ore, come vedremo, è anche perché aspirano a diventare essi stessi lavoratori autonomi e perché concepiscono la loro condizione di dipendenti come una fase transitoria, limitata solo ad alcuni anni (Ceccagno, 2007). Il problema, semmai, sorge laddove la via dello sfruttamento e dell'autosfruttamento, per una serie di motivi, tra cui l'importanza dei debiti contratti per finanziare il viaggio migratorio o altre impellenze economiche, non porta "all'affrancamento" dal datore di lavoro. Ovviamente, i ritmi di lavoro cui si sottopongono i migranti cinesi portano ad una forte compressione della vita familiare e personale. Per anni per esempio, i lavoratori ed i padroni dei laboratori e dei ristoranti, hanno mandato i figli dai nonni in Cina, perché i ritmi di lavoro incalzanti cui si obbligavano impedivano loro di occuparsene (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Oggi si cerca sempre più una sistemazione per i figli in Italia, affidandoli a balie cinesi o a vicini di casa italiani, come emerge anche dalle interviste che abbiamo condotto. Comunque sia, queste pratiche e modi di vita generano non poca sofferenza sia per i genitori che per i figli, che risentono acutamente della separazione e della lontananza anche affettiva che ne deriva.

Il modo di funzionamento delle imprese, soprattutto di produzione tessile, che si basa su lunghi orari di lavoro, pesantezza delle mansioni e scarsa retribuzione, e che è incrementato dal clima di aspra concorrenza, viene quindi accettato come un prezzo che bisogna pagare

per il successo dell'impresa o come una modalità di lavoro che non è possibile modificare (Ceccagno, 1998; Berti, 2000). Il senso di dipendenza e di riconoscenza, unito ad una scarsa conoscenza dei diritti del lavoratore in Italia ed al ripiegamento comunitario fanno sì che gli eventuali problemi e contenziosi che nascono sul lavoro siano risolti facendo ricorso ad una mediazione comunitaria piuttosto che rivolgendosi ai sindacati (Ceccagno e Rastrelli, 2008). Questo contraddice l'opinione comune, diffusa tra gli italiani, che postula che le imprese cinesi siano strutturate in un'organizzazione verticistica, con potenti "caporali" che agiscono come intermediari e organizzatori della produzione che affidano essi stessi a dei subfornitori (ibid.). Non solo non esiste una cupola "etnica", ma è stato osservato che la competizione e la frammentazione prevalgono sulla cooperazione. Ed è per questo che i migranti cinesi in Italia, benché siano percepiti dall'esterno come uniti da una forte identità nazionale e da una forte tendenza all'autoreferenzialità etnica, di fatto per lungo tempo non hanno avuto alcuna identità collettiva coesa nella sfera economica e sembrano inconsapevoli del loro potere contrattuale (Ceccagno e Rastrelli, 2008).

### ***Le attività dei cinesi in Italia ed il rapporto con il territorio***

Fino agli anni Novanta, gli imprenditori cinesi in Italia si sono inseriti in quella che Ceccagno (2003) chiama un'economia etnica (termine oggi largamente dibattuto, ma che la ricercatrice utilizza per indicare che datori di lavoro e impiegati sono della stessa nazionalità), specializzandosi nella produzione per conto terzi di confezioni, maglieria, articoli in pelle e poi anche di mobili e divani. Il successo dei laboratori cinesi è dovuto essenzialmente alla loro capacità di tenere bassi i costi del lavoro e della produzione, grazie al ricorso a reti

etniche che hanno facilitato l'arrivo di manodopera dalla Cina, rendendo anche più fluide le modalità di assunzione tra co-etnici e agevolando la flessibilità organizzativa e produttiva. Ciò li ha resi estremamente competitivi e molte ditte italiane vi si sono rivolte, trovando così un mezzo per resistere alla concorrenza in un ambito economico globalizzato e di fronte a ditte che producono in paesi in cui il costo del lavoro è decisamente minore, proprio in quei settori in cui l'Italia dominava fino a tempi recenti. Un piccolo numero di laboratori cinesi è riuscito a espandere le proprie attività diventando ditte finali, che gestiscono il processo produttivo nel settore delle confezioni dall'inizio alla fine della filiera. La flessibilità estrema dei laboratori cinesi, che prevede che le ore lavorate in un giorno dipendano dalle esigenze delle aziende committenti, implica però, come già accennato, una drastica riduzione, o "compressione", dei tempi di vita extra-lavorativi degli operai (Ceccagno e Rastrelli, 2008).

Un altro settore "storico", tanto specifico quanto caratteristico della presenza cinese in Italia, è quello della ristorazione, il cui *boom* risale agli anni Ottanta. In esso si sono buttati molti nuovi immigrati, senza specializzazioni particolari, ma anche numerosi padroni di laboratori che hanno riconvertito le proprie attività.

La seconda metà degli anni Novanta sembra segnare uno spartiacque nel modello di attività degli imprenditori cinesi. A partire da questo momento, infatti, i migranti cinesi in Italia hanno progressivamente infranto i confini della specializzazione economica in quelli che Daniele Cologna definisce come settori "di rifugio" ed in cui si erano storicamente concentrate le loro attività (la pelletteria, il tessile, la ristorazione) e sono stati protagonisti di una differenziazione e diffusione di iniziative economiche senza precedenti (Cologna, 2006c), che si sono sviluppate nell'ambito di due principali settori di attività.

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

Un primo settore è quello delle attività commerciali. Con lo sviluppo della Cina come polo produttivo di articoli a basso costo, i migranti cinesi si sono convertiti, dalla fine del secolo scorso, all'importazione di prodotti *made in China*, specializzandosi nella vendita all'ingrosso o al dettaglio di capi di abbigliamento, di giocattoli e materiale elettronico. Negli anni Duemila il modello dei laboratori è quindi entrato in declino anche a causa dell'importazione di prodotti dalla Cina da parte dei nuovi migranti cinesi, che sono entrati in concorrenza con i manufatti prodotti nei laboratori dei migranti cinesi "di lunga data" basati in Italia. Si tratta di nuovi migranti la cui attività è caratterizzata da un'elevata mobilità tra Cina e Italia, che hanno laboratori in Cina e che lavorano spesso esclusivamente per l'esportazione in Italia. Essi si situano oggi al vertice della piramide sociale dell'immigrazione cinese e sono lodati dalla stampa e dalle autorità della madrepatria per il contributo che portano allo sviluppo del mercato del lavoro cinese e rappresentano sempre più il nuovo modello di lavoratore autonomo cui tendono i migranti (Introvigne, 2008). Sembra quindi che le attività di importazione vadano sempre più sostituendo quelle di produzione in Italia.

Un secondo settore è quello dei servizi, che recentemente attrae quote sempre più importanti di imprenditori cinesi. Ciò dipende sicuramente dal cambiamento del contesto lavorativo italiano, ma anche dallo sviluppo di nuovi mercati generati dalla stessa immigrazione, ai quali si rivolgono molte imprese di servizi per connazionali (dalle videoteche alle erboristerie, agli uffici di consulenza fiscale e traduzione) e per altri immigrati (alimentari, *phone center*, etc.). La nuova frontiera dell'imprenditoria cinese, secondo Daniele Cologna, è la sostituzione da parte dei cinesi degli italiani nei piccoli esercizi di prossimità, come le edicole, i bar, gli alimentari (Cologna, 2006c). Così, dal 2004, tra le imprese dei cinesi in



Italia, le attività non di produzione, che negli ultimi decenni del secolo scorso erano piuttosto limitate, hanno sorpassato quelle manifatturiere.

Gli immigrati della prima ondata hanno approfittato dei capitali accumulati nel tempo per adeguarsi e per cogliere le opportunità che si sono presentate col passare degli anni. Tra di loro sono più numerosi gli adulti che parlano italiano ed hanno figli che hanno compiuto percorsi di successo negli studi o nel lavoro. Gli immigrati arrivati dagli anni Novanta invece, in un'epoca cioè in cui i settori chiave della ristorazione e dei laboratori erano già saturi, si sono trovati di fronte alla necessità di disporre di più capitali e competenze per tentare nuove strade, come quella del commercio. Tra questi "nuovi migranti" si rilevano quindi grandi disparità socio-economiche: una minoranza di famiglie ha fatto fortuna, mentre molti hanno avuto un successo modesto ottenuto al prezzo di grande sacrificio. La loro ricchezza sono i figli che si sono integrati nel sistema scolastico, riuscendo così a superare la marginalità socio-culturale dei genitori, spesso confinati in un ambiente di lavoro e di socialità monoetnico, dove per di più l'apprendimento dell'italiano è quasi impossibile (Cologna, 2006c).

L'imprenditorialità dei migranti cinesi determina anche le diverse relazioni che si instaurano con il territorio in cui si stabiliscono (Bressan, 2009). Daniele Cologna parla a questo riguardo di due diverse modalità di distribuzione spaziale (Cologna, 2008a). La prima è una modalità "centrifuga" e puntiforme, connessa alla creazione di ristoranti, che ha spinto gli immigrati a distribuirsi dappertutto sul territorio nazionale, alla ricerca di nuovi mercati, senza dare adito a concentrazioni residenziali o di specializzazione professionale. La seconda è una modalità "centripeta" e concentrativa, connessa alla creazione di nicchie produttive nel contesto di economie manifatturiere di distretto, come nel caso dei laboratori di

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

pelletteria e tessili. Ma come abbiamo detto, nella seconda metà degli anni Novanta, questi settori "rifugio" cominciano a saturarsi ed i nuovi immigrati, non potendo più contare sulla certezza di esservi reclutati, scelgono di lavorare come venditori ambulanti di prodotti *made in China*, specializzandosi ben presto in imprese di importazione di merci che venderanno sia all'ingrosso che al dettaglio, oppure lavoreranno in imprese di italiani, nella ristorazione, nell'industria leggera, nell'edilizia, in cui serviranno da "teste di ponte" per lo sviluppo di catene di reclutamento di co-etnici in determinate nicchie. Questa diversificazione lavorativa dà adito a diverse dinamiche di relazione col territorio: i lavoratori della ristorazione sono sparsi sul territorio quanto le imprese per cui lavorano, mentre gli operatori di determinati settori dell'industria leggera si installano in zone circoscritte riflettendo la concentrazione spaziale delle attività cui sono legati (come è il caso per esempio dei cinesi di Barge e Bagnolo in Piemonte, impiegati nell'estrazione della pietra di Luserna) (Cologna, 2008a).

Un esempio dell'articolazione tra il rapporto "centripeto" e "centrifugo" al territorio è quello dei cinesi nel distretto industriale di Prato. L'antropologa Anna Marsden nota come la popolazione cinese in entrata ed in uscita da Prato sia cospicua, a dimostrazione del fatto che è una popolazione caratterizzata da elevata mobilità (Marsden e Caserta, 2010). Ma anche dopo vent'anni di attività (dal 1992 al 2011) l'anzianità delle imprese, come d'altronde quella della popolazione, rimane molto bassa, e questa caratteristica si manifesta come un tratto strutturale dell'imprenditoria cinese della zona. La vita media delle imprese cinesi, infatti, è di circa due anni, mentre quella delle imprese di altri stranieri è di circa quattro anni e quella delle imprese di italiani è di dodici anni. La vita breve delle imprese, secondo Marsden, è da attribuirsi alla mancanza di specifiche competenze imprenditoriali

ed alla strategia di reazione ai problemi che le è connessa: nel momento in cui si verifica un problema in un'impresa, cioè, essa viene chiusa e l'imprenditore si sposta in un'altra zona. I cinesi che l'antropologa ha intervistato a Prato mostrano quindi un'incertezza cronica sul luogo in cui vivere, la quale permane anche dopo più di dieci anni di residenza nella città toscana, benché il 60% della popolazione cinese da lei incontrata abbia acquisito la nazionalità italiana. Gli imprenditori di successo o gli operai che riescono a mettere da parte sufficiente denaro per avviare un'attività autonoma, tendono ad abbandonare il ristretto ambito produttivo e residenziale pratese, mentre restano sempre gli ultimi arrivati, che hanno bisogno di appoggiarsi su questo modello per completare la prima fase migratoria e che, proprio perché appena arrivati, hanno maggiori problemi di integrazione.

Si vede quindi che l'idea diffusa che i cinesi tendano a concentrarsi in *enclave* territoriali, le cosiddette "Chinatown" - ovvero zone ad alta concentrazione residenziale, produttiva e di offerta di servizi - tranne in casi specifici (come quello di Prato, per le ragioni che abbiamo visto), non corrisponde alla realtà.

### *3.2 Un approfondimento su due poli centrali dell'imprenditoria cinese: Prato e Milano*

#### *L'immigrazione cinese a Milano*

La migrazione cinese che ha interessato, sin dall'inizio del Novecento, la città di Milano si può suddividere in tre fasi distinte. Queste corrispondono alle ondate migratorie che hanno portato il numero di cinesi in Italia a raggiungere i circa 235 mila residenti di oggi, di cui 17.201 si trovano nella sola città di Milano (l'8,6 % dei 199.372 stranieri

residenti)<sup>17</sup>. Tale suddivisione in fasi, proposta da Cologna (1997), appare illuminante se contestualizzata alla luce delle vicende storico-politiche della Cina: un primo flusso, dal 1920 al 1950, proveniente prevalentemente dalla Francia, dove la manodopera cinese era impiegata in sostituzione a quella occupata in guerra. La seconda fase, dal 1950 al 1979, quando arrivano in Italia direttamente dalla Cina, parenti e conoscenti dei cinesi giunti nel primo periodo; tuttavia i flussi migratori in questo trentennio si affievoliscono a causa dell'isolamento vissuto dal Paese in epoca maoista. La terza fase, dal 1980 ad oggi, durante la quale si assiste a movimenti migratori massicci e senza precedenti, dovuti alla nuova apertura della Cina al mondo che mette fine all'isolamento vissuto dal Paese in epoca maoista, anche grazie alla politica voluta dal premier Deng Xiaoping.

Come già accennato, i movimenti migratori che hanno portato i primi cinesi a Milano negli anni Venti (i cosiddetti "pionieri"), provenivano dunque principalmente dalla Francia, dove erano stati impiegati nelle infrastrutture dell'industria pesante durante la Prima Grande Guerra. Si trattava di persone originarie dell'entroterra del Zhejiang, in particolare di piccoli paesi situati tra i due distretti di Wencheng e Quingtian.

La città di Milano rappresentava per queste persone, nel periodo postbellico, un interessante polo economico. La primissima attività, concepita come tappa iniziale di una carriera migratoria di riscatto sociale, che avrebbe portato all'attività in proprio e quindi al raggiungimento della condizione di *laoban*, imprenditore, fu per lo più il commercio ambulante di collanine e chincaglieria importati dalla Cecoslovacchia e dalla Francia. Seguì poi la vendita di cravatte e successivamente, negli anni Trenta, furono avviati veri e propri

laboratori di fabbricazione di cravatte in seta. Queste attività erano infatti più in linea con la vocazione imprenditoriale cinese e svincolate dall'approvvigionamento dall'estero. Presso tali laboratori, che acquistavano la materia prima a Como, erano impiegate come sarte donne italiane, mentre della vendita al dettaglio si occupavano i parenti e i conoscenti (cinesi) dei titolari dell'attività<sup>18</sup>. Questo nucleo di persone, prevalentemente di sesso maschile, si stanziò nel quartiere Canonica-Sarpi, una zona popolare e ricca di botteghe, dove il costo degli affitti era molto basso. La nascita dei laboratori artigiani condizionò profondamente la distribuzione della comunità cinese sul territorio cittadino. La scelta di stabilirsi nell'area compresa tra le vie Canonica, Paolo Sarpi, Rosmini e Giordano Bruno fu, infatti, determinata dalla decisione del primo cinese di aprire la propria attività in una zona non centrale e con i prezzi contenuti. Il numero degli immigrati cominciò quindi a crescere, con il tipico sistema del "parente richiama parente". Cologna (1997) vede qui il primo embrione di economia etnica: a distanza di pochi anni i cinesi riuscirono a creare un proprio spazio nell'economia locale.

Allo scoppio della Seconda Guerra Mondiale, l'interesse e le risorse dei cinesi si spostarono sul settore della pelletteria<sup>19</sup>. In particolare i cinesi si specializzarono nella produzione di borse, non solo di pelle ma anche di tela e paglia.

---

### Nota

<sup>(18)</sup> Per una ricostruzione storica dettagliata del percorso migratorio e dell'inserimento socio-economico degli immigrati cinesi a Milano, cfr Cologna, 1997, "Un'economia etnica di successo", in Farina, Cologna, Lanzani, Breveglieri, "Cina a Milano. Famiglie, ambienti e lavori della popolazione cinese a Milano", Milano: Abitare Segesta.

<sup>(19)</sup> All'origine dell'interesse verso questo settore, sembrano esserci le cospicue richieste di cinture di cuoio da parte delle truppe di militari, tedeschi prima e americani poi, stanziati a Milano.

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

Nel 1962 a Milano aprì il primo di una lunga serie di ristoranti cinesi, dal nome evocativo: "La Pagoda". Dall'inizio degli anni Ottanta si è assistito a una proliferazione di attività legate alla ristorazione, generalmente a conduzione familiare, che garantivano l'occupazione dei parenti a costo zero ed erano considerate investimenti sicuri. I ristoranti rappresentavano inoltre un punto di ritrovo e incontro per la comunità cinese di Milano, luoghi dove poter giocare a *Majiang*<sup>20</sup> o a carte con i propri compaesani e furono anche eletti a sedi delle prime associazioni. In aggiunta a ciò, il ristorante era anche posto di lavoro privilegiato per l'inserimento dei parenti o conoscenti appena arrivati dalla Cina. Il boom dei ristoranti cinesi veniva alimentato dall'aumento della presenza degli immigrati cinesi a Milano. Parallelamente, negli anni Ottanta, anche grazie ai nuovi accordi commerciali tra Italia e Cina, un altro settore si sviluppò in città: i negozi di prodotti cinesi, artigianali o alimentari, gli *import-export*, gli ingrossi e gli spacci destinati a una clientela sia italiana, che cinese.

In seguito, dalla seconda metà degli anni Novanta, la faccia del quartiere Canonica-Sarpi cambiò: con la saturazione dei tradizionali settori di impiego (tessile, pelletteria, ristorazione), nascono attività rivolte a una clientela più etnicamente connotata, pensate per soddisfare le necessità della comunità cinese (alimentari, barbieri, parrucchieri, studi medici, oreficerie) e i suoi bisogni di intrattenimento (librerie cinesi, videonoleggi, serate

Nota

---

<sup>(20)</sup> Il *Majiang*, o *mahjong*, è un gioco da tavolo nato in Cina nella seconda metà del XIX secolo e molto diffuso nel mondo. Questo gioco, che non esitiamo a definire il passatempo nazionale cinese, è molto radicato in tale cultura, sia in patria che nella diaspora. Ciascun giocatore deve formare diverse combinazioni di tessere (in alcuni casi si possono utilizzare veri e propri mazzi di carte) prendendo e scartando i pezzi. Vince chi per primo dei quattro giocatori riesce a formare una mano completa: questa si compone di quattro combinazioni qualsiasi più una coppia.

particolari nelle discoteche)<sup>21</sup>. Negli anni 2000 gli imprenditori cinesi, che, va ricordato, si sono stanziati in zona Sarpi rilevando le loro attività dai negozianti e bottegai artigiani italiani, si inseriscono con successo nei servizi di prossimità a basso costo destinati ai residenti dei quartieri. Con la differenziazione delle attività commerciali, aumenta anche la visibilità della presenza cinese nel quartiere (vetrine, insegne, gruppi di cinesi per le strade). Ciò ha contribuito a radicare nella percezione comune l'equazione del quartiere Canonica-Sarpi come Chinatown. Tuttavia, come evidenziato da Cologna (Cologna, 1997; Cologna, 2008b), questa rappresentazione contiene alcune forzature. Sebbene la zona Sarpi mostri la maggiore concentrazione di imprese cinesi a Milano, non si tratta certo della totalità. Inoltre solo una piccola parte dei residenti cinesi a Milano vive in quest'area (le zone a più alta densità abitativa cinese sono situate in periferia, a Nord della Stazione Centrale). La presenza di popolazione italiana resta predominante rispetto alla componente cinese e la zona non è etnicamente caratterizzata e isolata come le Chinatown d'Oltreoceano.

Nell'aprile 2007, quella che sembrava una situazione di pacifica coabitazione ormai consolidata, è invece esplosa sfociando in una rivolta urbana con tanto di bandiere cinesi alle finestre e ai semafori. Alle radici della rivolta possiamo rintracciare alcuni aspetti prettamente urbanistici, nonché le diverse esigenze dei residenti italiani e dei commercianti cinesi. Una cospicua parte degli abitanti italiani del quartiere infatti, chiedeva da tempo la riqualificazione dell'area mediante la pedonalizzazione e la delocalizzazione dei grossisti cinesi: le continue operazioni di carico e scarico merce intralciavano il passaggio e il traffico e l'aspetto trascurato dei negozi all'ingrosso conferiva alla via un'aria trasandata.

---

*Nota*

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

Nell'impossibilità di "spostare" i grossisti, il Comune incomincia quindi a presidiare via Sarpi multando i commercianti e sanzionando sistematicamente tutte le attività legate agli ingrossi. Nel quartiere cresce una situazione di allerta e tensione e nasce tra i commercianti un senso di persecuzione. Il 12 aprile 2007, in seguito a una discussione per una multa, la situazione degenera e scoppiano tafferugli. Gli accadimenti di via Paolo Sarpi, culminati con la creazione della Ztl (zona a traffico limitato), sono stati rappresentati dai *mass media* come uno "scontro tra civiltà", ma sono in realtà imputabili alla "necessità per l'Italia di sviluppare infrastrutture logistiche adatte alla distribuzione di un flusso di merci *made in China* in fortissima crescita" (Cologna, 2008b:8).

È presumibile che, date le buone condizioni di inserimento lavorativo nel nostro Paese, le nuove nascite, l'immigrazione clandestina e l'alta percentuale di ricongiungimenti familiari, il tasso di crescita si manterrà elevato (nel periodo dal 1999 al 2006 la popolazione cinese a Milano è raddoppiata). Rispetto alle altre comunità immigrate, dal punto di vista demografico quella cinese mostra un elevato tasso di equilibrio di genere.

### ***L'immigrazione cinese a Prato***

Il fenomeno migratorio cinese che ha interessato la regione Toscana è costituito per la maggior parte da individui originari della zona meridionale dello Zhejiang. Vi è inoltre una minoranza proveniente da altre città italiane ed europee, sedi di comunità cinesi più radicate<sup>22</sup>. Questa migrazione è connotata da una distribuzione geografica profondamente disomogenea e da una localizzazione abitativa di tipo semiurbano (a differenza di quanto

---

Nota

<sup>22</sup> Dalla metà degli anni Novanta, alle zone di provenienza già presenti, si aggiunge la provincia costiera del Fujian (Ceccagno, 2003).



accade a Milano e Roma, comunità di carattere urbano). I flussi arrivati negli anni Ottanta si sono infatti concentrati prevalentemente nei comuni di Firenze (quartieri della periferia Ovest), Campi Bisenzio, Signa e San Donnino. All'inizio degli anni Novanta è invece la città di Prato che deve confrontarsi con un elevato tasso di crescita della presenza cinese. Infatti, se nel 1989 le persone di nazionalità cinese iscritte all'anagrafe di Prato erano 38, nel 1998 il dato cresceva fino a contarne circa 3.700. A fine 2009, i dati evidenziano che Prato è la seconda provincia italiana per percentuale di stranieri residenti (31.450) dopo Brescia; seguono Piacenza, Reggio Emilia, Mantova, Modena e Parma. Su tale dato incide in misura notevole la presenza cinese, composta da 12.015 individui, seguiti da 6.049 albanesi e 3.052 romeni<sup>23</sup>.

La popolazione cinese, si è dunque polarizzata in alcuni comuni industriali dell'area fiorentina lungo la direttrice Firenze - Prato. Questo fatto è da imputarsi alle particolari caratteristiche economiche dell'area, che offriva interessanti opportunità imprenditoriali. Come rileva infatti Ma Mung (1994), l'elemento decisivo nella scelta del paese d'immigrazione è legato alle opportunità economiche, trattandosi nel caso cinese di una migrazione imprenditoriale, e non di una migrazione di manodopera. All'origine della scelta migratoria dei cittadini della Repubblica Popolare Cinese vi è dunque, come già precedentemente osservato, una forte spinta al lavoro autonomo, che ha trovato nella struttura economica della società toscana una possibilità di innesto. Effettivamente, quest'ultima presenta storicamente numerosi tratti comuni con i valori che guidano i progetti imprenditoriali cinesi: un'elevata disponibilità

---

### Nota

<sup>(23)</sup> *Elaborazione Osservatorio provinciale/Asel srl su dati delle anagrafi comunali.*

*Cfr. [www.pratomigranti.it](http://www.pratomigranti.it) e [www.comune.prato.it](http://www.comune.prato.it)*

al lavoro intenso e a ritmi e orari prolungati, la centralità del rapporto famiglia/impresa, la commistione di spazi abitativi e spazi lavorativi, l'affidamento riposto nelle reti amicali e familiari estese e infine l'orientamento alla mobilità sociale. Di fatto sono proprio questi elementi, che hanno rappresentato i punti di forza del modello imprenditoriale toscano, a costituire la base del successo delle imprese cinesi (Campani, Maddii, Guillon e Ma Mung, 1992; Colombi, 2002).

La presenza dei distretti industriali<sup>24</sup> in Toscana rappresenta dunque il principale fattore di attrazione per gli immigrati cinesi, che si sono inseriti con le loro imprese nei settori produttivi peculiari delle singole aree (l'abbigliamento e il tessile nell'area pratese, la pelletteria nella provincia fiorentina)<sup>25</sup>. L'ingresso dei cinesi nel tessuto produttivo del distretto è stato

---

Nota

<sup>(24)</sup> *Richiamiamo i principali caratteri del distretto industriale, così come enunciati da Tassinari (Tassinari, 1994:119) in quanto particolarmente interessanti per il caso cinese: "Le indicazioni salienti della letteratura economica e sociologica definiscono il distretto industriale un ambiente caratterizzato da: una grande specializzazione settoriale (...); un'estesa diffusione delle conoscenze in merito al ciclo di lavoro, al prodotto, al mercato che facilitano la cooperazione fra imprese e la diffusione delle innovazioni; l'utilizzo della risorsa società nello sviluppo economico; un rapporto fondamentale con il territorio; processi di mobilità sociale da lavoro dipendente a lavoro autonomo a lavoro imprenditoriale; un forte rapporto famiglia-economia; una grande disponibilità al lavoro intenso con orari di lavoro più lunghi della media; un'organizzazione del lavoro di tipo elementare, ma con un certo ruolo dell'abilità manuale e commerciale".*

<sup>(25)</sup> *Le imprese cinesi nel distretto di Prato si rivolgono a mercati non etnici, "il riferimento all'origine straniera si esplica unicamente sul versante organizzativo ed è relativo alle risorse formali ed informali che vengono attivate e che incidono nel determinare il vantaggio competitivo dell'azienda. (...) La comunità etnica rappresenta una risorsa che agisce sulla competitività di impresa in maniera equivalente alla variabile tecnologica: la variabile organizzativa infatti rende possibile la compressione dei posti di lavorazioni e contemporaneamente garantisce flessibilità e versatilità produttiva e tempi di lavorazione ristretti (...)." Colombi (a cura di), op. cit.*

ovviamente fonte di conflitti tra gli imprenditori e gli artigiani pratesi, i cui prezzi non potevano essere concorrenziali in confronto a quelli praticati dalle imprese cinesi, tacciate di "concorrenza sleale" e accusate di creare un "distretto nel distretto", favorendo un'economia parallela, con regole e ritmi "cinesi" inaccettabili e, di fatto, impraticabili dalle imprese locali (Ceccagno, 2003). I timori di queste ultime si sono intensificati quando le imprese cinesi, prima circoscritte al conto terzi, hanno cominciato a penetrare anche il settore del cosiddetto "pronto moda", risalendo la filiera produttiva. Questo passaggio è stato connotato da un incremento di conoscenza del mercato e della lingua italiana<sup>26</sup> nonché da una capacità di adeguamento che sarebbero state impensabili fino a qualche anno prima. Per queste ragioni, la transizione al "pronto moda" - che prevede spesso l'assunzione di italiani alle proprie dipendenze o in qualità di consulenti - viene percepita dagli imprenditori cinesi come un passo in alto verso la mobilità economica, che conferisce loro uno *status* sociale di rilievo nella comunità. L'ultima frontiera consiste nel produrre direttamente in Cina modelli italiani. Questo è reso possibile dai numerosi collegamenti aerei con la Cina: i capi vengono prodotti rapidamente per poi essere spediti in Italia rispettando i tempi di consegna praticati dai "prontisti" cinesi in Italia<sup>27</sup>.

Ad oggi il numero di aziende cinesi a Prato e provincia si attesta sulle 4.500 unità conquistando il primato tra le province italiane (seguono Milano, Firenze e Roma). Questo dato, anche in tempi di crisi continua a crescere, non solo nei settori delle industrie tessili e delle

### Nota

---

<sup>(26)</sup> Per quanto riguarda la lingua italiana, molto spesso sono le seconde generazioni a fornire ai genitori il supporto necessario negli acquisti e nella gestione degli affari e delle relazioni, rappresentando quindi un notevole vantaggio competitivo per l'impresa familiare.

<sup>(27)</sup> Su questo punto vedi: Ceccagno, 2004, "Giovani migranti cinesi. La seconda generazione a Prato", Milano: Franco Angeli.

confezioni, ma anche nel commercio e nella ristorazione<sup>28</sup>. A gestire queste aziende sono prevalentemente imprenditori di sesso maschile, seppur con una componente femminile rilevante (40,1%) e in crescita<sup>29</sup>. Similmente a quanto osservabile nelle altre regioni italiane, la struttura demografica della popolazione cinese in Toscana, presenta un sostanziale equilibrio tra i sessi. Inoltre, a testimonianza del notevole livello di stabilizzazione della comunità, si rileva la forte presenza di nuclei familiari, di anziani e di giovani sia in età pre-scolare che scolare<sup>30</sup>.

### *3.3 L'immigrazione cinese in Piemonte e a Torino*

#### *Dal presente al passato: una breve storia della presenza cinese nella zona*

Secondo l'Istat sono 12.542 i residenti cinesi in Piemonte (dove rappresentano il 3,3% della popolazione regionale) e 188.352 in Italia. A fine dicembre del 2009, i cittadini cinesi iscritti in anagrafe al comune di Torino sono 4.981, cifra che segna il netto aumento nel tempo di questo gruppo nel contesto torinese, dove nel 1990 erano solo 886, ovvero cinque volte meno numerosi. Oggi i cinesi rappresentano il 4% degli stranieri residenti a Torino e sono la quinta comunità migrante per importanza dopo romeni, marocchini, peruviani e albanesi (Cammarata, 2010). Tra gli immigrati cinesi residenti a Torino la ripartizione tra uomini e donne è bilanciata (2.567 gli uomini; 2.414 le donne). L'età media è tra i 30 e i 44 anni, numerosi sono anche i bambini dagli 0 ai 4

---

Nota

<sup>(28)</sup> Cfr. *Rapporto sull'imprenditoria straniera in provincia di Prato (Gennaio 2011)* consultabile all'indirizzo: [www.po.camcom.it](http://www.po.camcom.it)

<sup>(29)</sup> *Elaborazione dati InfoCamere (2009) a cura di Marsden e Caserta in "Storie e progetti imprenditoriali dei cinesi di Prato", 2010, Prato, Ufficio Studi Camera di commercio di Prato.*

<sup>(30)</sup> *Dati reperibili sul sito del Comune di Prato all'indirizzo: [www.comune.prato.it](http://www.comune.prato.it)*

## Capitolo III

---

anni ed i giovani tra i 20 ed i 24 anni. I cittadini cinesi risiedono in tutte le province della regione e si sono integrati nei mercati locali del lavoro. Più della metà dei migranti cinesi risiede a Torino (4.981), segue la provincia di Cuneo (1.195), che ne ospita un numero significativo, poi Novara (476), Alessandria (406), Vercelli (279) e infine Biella (150) Verbania (119) ed Asti (99)<sup>31</sup>.

Stando alla ricostruzione effettuata dal Dossier statistico Caritas Migrantes del 2009, il primo migrante cinese giunto in Italia di cui si hanno tracce arrivò nel 1893 dal distretto del Qingtian, Zhejiang, ed approdò proprio a Torino come venditore ambulante. Tuttavia, l'inizio dell'immigrazione cinese in Italia, come sappiamo, si fa risalire al 1918 con il trasferimento nella periferia milanese di un gruppo di cinesi originari del Zhejiang, che aveva lavorato nelle fabbriche francesi a corto di personale durante la prima guerra mondiale. I racconti dei nostri interlocutori tuttavia sembrano mostrare che anche a Torino, dagli anni Trenta, si installò autonomamente una comunità cinese, i cui (pochissimi) membri avevano iniziato la loro carriera imprenditoriale come venditori ambulanti di cravatte e di fiori. Questa prima generazione era composta essenzialmente da giovani uomini originari del villaggio di Yuhu, nel distretto di Wencheng, ma anche del distretto di Qingtian e di Rui'an. Essi hanno costituito le quattro famiglie pioniere, due delle quali miste (ovvero formate da uomini cinesi e donne italiane), che si sono installate a Torino e che dopo un primo periodo nel settore del commercio ambulante hanno aperto laboratori di produzione di pelletteria e del tessile e poi, dagli anni Settanta, ma soprattutto nel corso degli anni Ottanta, si sono riconvertite nella ristorazione<sup>32</sup>. La prima generazione "italiana" di queste

---

### Nota

<sup>(31)</sup> Dati Istat aggiornati al 31 dicembre 2009. Fonte: [www.demo.istat.it](http://www.demo.istat.it)

<sup>(32)</sup> Per una panoramica delle prime famiglie cinesi a Torino e del classico passaggio dai laboratori di pelletteria alla ristorazione nella prima metà degli anni Ottanta, cf. l'articolo «Chinatown non lontana dalla Mole», *La Stampa*, (04.02.1986), p. 18.

famiglie cioè, quella nata negli anni Sessanta-Settanta è una generazione completamente assimilata dal punto di vista linguistico e sociale. Questi imprenditori in fin dei conti sono riusciti a crearsi una situazione di benessere economico, nonché l'opportunità di fare impresa in nicchie locali, che erano poi l'unica possibilità alla loro portata per realizzare una carriera di ascesa sociale ed economica. Questi primi migranti, una volta stabilizzata la propria situazione, sono stati alla base dell'arrivo di altri migranti, in genere giovani uomini della famiglia, che hanno poi chiamato moglie e figli cinesi a raggiungerli. Si tratta del principio di "famiglia chiama famiglia" che è stato il pernio dello sviluppo delle catene migratorie che si sono insediate a Torino negli anni Settanta e Ottanta. Le prime famiglie arrivate erano grandi, composte da fratri di sette o otto membri, molti dei quali emigranti e basati in vari paesi d'Europa, come la Francia, la Germania e l'Olanda. Se quindi i primissimi immigrati sono arrivati per "caso" nell'ambito di peregrinazioni commerciali che li hanno portati a fermarsi a Torino per la presenza di particolari opportunità e di un mercato ancora "vergine" per i loro prodotti, molto rapidamente si sono sviluppate catene migratorie alimentate dalla presenza di parenti che chiamano nuovi migranti ad inserirsi in una determinata situazione locale. In seguito, nel corso degli anni Novanta ma ancora di più nel primo decennio del Duemila, sono nuovi migranti ad arrivare, persone che non hanno particolari relazioni con le famiglie "pioniere", se non quelle di provenire dalla stessa provincia d'origine, il Zhejiang, che però come sappiamo conta una popolazione di 56 milioni di abitanti. Queste nuove ondate di immigrati hanno dapprima investito il settore della ristorazione e poi quello del commercio, mentre oggi sempre più nuovi migranti si specializzano in centri benessere o saloni di parrucchiere. Attualmente la maggior parte dei cinesi presenti a Torino viene dal di-

stretto di Wencheng e si sposta in relazione alla presenza di legami familiari. Per i nuovi migranti Torino sembra essere più che altro una meta secondaria, una tappa di un percorso di mobilità interna cominciata in altre città di primo approdo, come Milano o Roma, dove la presenza e la concorrenza di connazionali è altissima. Il fatto che a Torino la popolazione cinese condivida un'origine comune, che siano quasi tutti "compaesani", fa in modo che la concorrenza negli affari sia percepita come meno spietata e pericolosa.

Fuori dal capoluogo, la maggior concentrazione di migranti cinesi si riscontra nei comuni di Barge e Bagnolo, in provincia di Cuneo, in cui sono impegnati nella lavorazione della pietra luserna (il cui nome scientifico è gneiss lamellare), estratta dalle cave lungo la strada provinciale che da Luserna San Giovanni porta a Bagnolo Piemonte e a Barge (Oriani e Staglianò, 2008). Qui i cinesi si sono inseriti in un settore che è stato progressivamente disertato dagli italiani, in quanto molto faticoso. Nella prima metà degli anni Novanta compaiono quindi i primi scalpellini cinesi che hanno sopperito alla domanda da sempre scarsamente attesa di manodopera settoriale, aumentando addirittura la produttività delle ditte in cui sono stati impiegati al posto degli italiani che se ne andavano, e ben presto sono stati raggiunti da mogli e figli, tanto che attualmente i cinesi costituiscono il 64% della popolazione straniera residente nei due comuni. Dalla fine degli anni Novanta ad oggi, il comune di Bagnolo Piemonte è così riuscito a triplicare gli incassi che provengono dall'estrazione e dalla lavorazione della pietra, tanto che questi arrivano oggi a coprire il 60% del bilancio cittadino, facendo al contempo aumentare le entrate fiscali fino a circa due milioni e mezzo di euro. Tuttavia la cospicua presenza di cinesi desta particolari ansie tra la popolazione locale, per paura dello svilupparsi di una concorrenza difficilmente contenibile se i cinesi si mettessero in proprio come lavoratori della pietra (Cuneo-Caritas, 2006).

### *Qualche dato di riferimento*

Berzano et al. (2008) hanno condotto un importante studio, realizzando la prima *survey* su una comunità cinese inserita nel contesto italiano e specificatamente a Torino. Il questionario, costituito da 77 domande distribuite su otto settori tematici (che toccano la situazione personale nel paese d'origine, il percorso migratorio, le reti familiari in migrazione, la situazione abitativa e lavorativa, l'integrazione in Italia ed i legami con la Cina, la vita quotidiana e la cultura, la religione), è stato somministrato a 281 individui, ovvero circa il 6,9% della popolazione cinese presente a Torino (Genova, 2008a). Ma come nel caso della nostra ricerca, non essendo stato possibile selezionare un campione casuale da un elenco completo di riferimento, per via delle note difficoltà di accesso ai migranti cinesi, senza intermediazioni, le persone intervistate sono state selezionate secondo un campionamento "palla di neve" tramite testimoni privilegiati. Questi ultimi ci hanno anche aiutato nel reperimento degli informatori/intermediari per la ricerca, i cui risultati quindi sono presumibilmente influenzati da questo metodo di selezione. In ogni caso, questo studio mostra che il 90,4% dei cinesi contattati a Torino è originario della provincia del Zhejiang, che la maggior parte (64%) viene dal distretto di Wencheng, mentre il 9,5% da quello di Rui'an e il 6,2% da quello di Wenzhou. Anche qui, come nel nostro campione, i cinesi di Qingtian sono assenti (Berzano, Genova, Introvigne, Ricucci e Zoccatelli, 2008). Tra i migranti originari del distretto di Wencheng inoltre, il 60,4% è originario del villaggio di Yuhu, mentre il 15,9% di quello di Daxue.

Questo studio rileva anche come quasi la metà dei migranti cinesi presenti a Torino sia arrivata in Italia dal 1997 al 2002 (43,6%), meno di un quarto dal 1991 al 1996 (19%) e dal 2003 al 2007 (20,5%), un decimo dal 1987 al 1990 (10,6%) e uno su venti prima del 1986



(6,2%). La maggior parte è venuta in cerca di lavoro (41,3%) o per raggiungere la famiglia già installata in Italia (34,5%). Le ragioni che hanno spinto i migranti a recarsi proprio a Torino sono essenzialmente la presenza di parenti (59%) e di amici (18%), mentre la presenza di particolari opportunità lavorative non sembra essere fondamentale (20,1%).

L'immigrazione cinese a Torino sembra essere essenzialmente un'immigrazione familiare ed infatti i minorenni vi sono presenti fin dagli anni Ottanta, così come una significativa quota di popolazione *over 60*, a testimonianza di una rete migratoria che si è insediata in Italia fin dagli anni Venti (Ricucci, 2008). Nella città di Torino, le circoscrizioni territoriali che sono maggiormente caratterizzate dalla presenza straniera, ovvero le circoscrizioni 6 e 7, sono anche quelle in cui si concentra l'insediamento di migranti cinesi, che vi risiedono e che vi esercitano le loro attività. Tuttavia non si può parlare di concentrazioni territoriali connotate etnicamente.

La seconda generazione come abbiamo detto si è costituita in un'epoca relativamente lontana, rispetto alle altre comunità migranti, a dimostrazione del fatto che l'immigrazione cinese è di vecchia data ed oggi costituisce poco più del 30% dell'intera popolazione cinese residente a Torino. Questa seconda generazione è eterogenea per nascita ed età di arrivo in Italia, ma anche per tipologia di famiglia (nucleare o estesa, frammentata o ricongiunta) e per le caratteristiche dei genitori (in termini di capitale culturale, sociale, economico), per la conoscenza delle lingue (dialetto, cinese mandarino, italiano) e per la rete amicale (etnica o multietnica) e le prospettive future dei giovani (rapido inserimento nell'attività familiare o proseguimento degli studi). Ricucci (2008), a partire dalla semplificazione di concrete situazioni complesse, elabora una tipologia composta da quattro gruppi di giovani cinesi a Torino: i giovani "intrappolati" nel progetto migratorio familiare, il cui orizzonte di inserimento è limitato

alla famiglia o alla comunità cinese, che hanno una scarsa conoscenza della lingua italiana e poche interazioni con la società italiana; i giovani "ai margini" delle due sfere socioculturali, non inseriti né nell'una né nell'altra e assorbiti in percorsi di marginalità e sfruttamento; i giovani "sino-italiani", inseriti nel tessuto sociale e cittadino e italiano, che hanno scarsi contatti con la comunità di origine; i ragazzi "biculturali", consapevoli ed orgogliosi della loro doppia appartenenza, impegnati in attività di sostegno e promozione di persone che si trovano nella loro stessa condizione.

### *L'evoluzione nel tempo delle attività e dell'inserimento dei migranti cinesi a Torino*

Come avremo modo di vedere più in dettaglio nei capitoli che seguono, nell'arco degli ultimi dieci anni l'imprenditoria cinese a Torino è molto cambiata. I laboratori sono nettamente diminuiti, mentre, se il settore della ristorazione cinese continua a richiamare imprenditori e manodopera comunitaria, il suo potere d'attrazione è diminuito rispetto al *boom* registrato negli anni Ottanta e Novanta, e molti imprenditori negli ultimi cinque anni hanno convertito la propria attività in ristorante giapponese e *wok*, sfruttando l'effetto di novità e la possibilità di alzare i prezzi. Le attività commerciali attraggono invece un numero sempre maggiore di vecchi e nuovi imprenditori, che si insediano sia come grossisti che come dettaglianti. Molti grossisti si concentrano a Settimo Torinese (una ventina), mentre altri (una quarantina) permangono nella zona di Porta Palazzo, storica area di insediamento dei primi esercizi cinesi già negli anni Settanta, molti dei quali concentrati in una sola strada: via Priocca. Si tratta tanto di grossisti detti "primari", che importano direttamente dalla Cina, quanto di grossisti "secondari", che importano da altri importanti snodi commerciali italiani come Roma, Prato o Milano.

Il modo di reclutamento della manodopera nell'ambito dei laboratori e dei ristoranti comunitari, basato sulla conoscenza personale o sul passaparola o ancora sugli annunci posti in specifici siti e giornali della comunità cinese, ha rappresentato e continua a rappresentare un importante punto di appoggio per i migranti appena arrivati, tuttavia esso si rivela anche come un ostacolo all'inserimento nel contesto locale. Oltre a domandare un grande impegno in termini di orari di lavoro, infatti, queste attività confinano il lavoratore nell'ambito dei rapporti comunitari, che spesso diventano il solo orizzonte della sua (scarsa) socialità, impedendo non solo la conoscenza e la socializzazione con la popolazione e l'ambiente locale, ma anche l'acquisizione della lingua italiana, pur dopo un lungo periodo di permanenza nel paese d'immigrazione. Ciononostante, i rapporti con la società locale sono nel complesso buoni e sebbene si parli molto delle attività criminose di gruppi cinesi, a Torino non ne abbiamo rilevato una presenza particolarmente opprimente.

Il passaggio attraverso una fase di lavoro alle dipendenze di un connazionale sembra quasi obbligato per ogni migrante che desideri poi mettersi in proprio. Ed il lavoro autonomo, come vedremo, resta l'aspirazione della maggioranza di questi migranti, che sono disposti a grandi sacrifici pur di raggiungerlo.

Ma se ciò è vero per le prime generazioni, che non cessano di arrivare, per le seconde generazioni il discorso diventa più complesso. I giovani cinesi e italo-cinesi cresciuti o anche nati in Italia, infatti, non sempre desiderano riprendere l'attività dei genitori o aprirne una propria. Il lavoro dipendente, specie in amministrazioni locali o aziende italiane, può essere per loro un obiettivo altrettanto ambito. Alcuni testimoni privilegiati della comunità attribuiscono questo cambiamento non solo al fatto che i giovani d'origine cinese nati in Italia siano sempre

più degli italiani ed abbiano quindi desideri ed aspirazioni simili a quelli dei loro coetanei locali, ma anche all'influenza degli studi. Infatti, le famiglie cinesi negli ultimi dieci anni hanno investito molto nell'istruzione dei figli, sostenendoli fino all'acquisizione di un diploma universitario, mentre in precedenza si limitavano a consentir loro di finire la scuola dell'obbligo. I giovani italo-cinesi con un'istruzione sempre più elevata desiderano oggi avere un lavoro che si inserisca nell'ambito degli studi che hanno svolto, per cui spesso non hanno voglia di rilevare l'attività scarsamente qualificata dei genitori e, se investono nel lavoro autonomo, se ne ritagliano uno che corrisponda al meglio alle proprie competenze e aspirazioni.

Le imprese familiari che vengono rilevate, invece, con l'avvicendamento delle generazioni si trasformano, poiché spesso i figli laureati, giovani imprenditori, ne modificano le modalità di gestione dell'impresa o addirittura lo spettro di attività. L'opposizione dei figli ai genitori, intorno alla questione del rilevamento dell'attività familiare dà anche adito a scontri generazionali, i quali si nutrono inoltre del rifiuto delle nuove generazioni di abbracciare la mentalità a loro avviso troppo tradizionale, basata sul rispetto delle rigide gerarchie familiari e di norme sociali, come quelle che sottostanno al funzionamento delle *guanxi*, che le nuove generazioni non capiscono fino in fondo.

### ***Rapporti aziendali e flussi economici: il lato formale delle relazioni Italia-Cina***

Per quel che riguarda i rapporti più "formali" o a grande scala dei rapporti di internazionalizzazione di imprese italiane verso la Cina e di imprese cinesi in Italia, i nostri testimoni privilegiati, sia all'interno della comunità cinese, sia nelle strutture locali, ed in particolare presso la Camera di commercio di Torino, riferiscono che essi sono presenti sul territorio provinciale

ma non costituiscono una parte cospicua dell'economia locale. Alcune grandi aziende cinesi, essenzialmente costituite da grandi gruppi d'impresa, hanno delocalizzato le proprie attività a Torino, ma per ora si tratta di piccoli numeri (sono sei in tutto il Piemonte<sup>33</sup>), e si inseriscono prevalentemente nel settore *automotive* (con una particolare concentrazione nel *design*) e nel tessile, ed occupano 320 addetti circa. La delocalizzazione di grandi aziende cinesi ha luogo quasi esclusivamente nel settore della ricerca e dello sviluppo, è cioè volta all'acquisizione di competenze che saranno poi applicate alla produzione in Cina. Al di là di questi casi, le aziende cinesi che penetrano il mercato locale lo fanno in una logica di acquisizione. Queste acquisizioni sembrano derivare da una precisa strategia del governo cinese, che tende a favorire la diminuzione degli attori locali, ovvero a incoraggiare le aziende, che oggi sono private ma fino a tempi recenti erano statali e sono ancora finanziate dal partito, a formare grandi gruppi che siano in grado di penetrare il mercato occidentale, tramite acquisizioni di marchi locali (un esempio è Volvo e Sergio Tacchini), i quali sono consolidati ed hanno una clientela fidelizzata sul mercato locale. Queste aziende sono tutte rappresentate da un'associazione di categoria presieduta dal colosso finanziario Bank of China.

Le grandi aziende piemontesi, dal canto loro, sono impegnate in azioni di internazionalizzazione verso la Cina, seguendo dei canali propri, mentre la Camera di commercio di Torino si occupa della promozione di piccole e medie imprese piemontesi, proponendone i prodotti a *buyer* cinesi invitati a Torino, oppure portando le PMI in Cina nell'ambito di eventi ufficiali. Sul mercato cinese queste aziende si concentrano nel settore *automotive*, dell'aerospazio ed in

---

### Nota

<sup>(33)</sup> Banca dati Observer, dati aggiornati al novembre 2010 (Ceipiemonte e Camera di commercio di Torino).

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

quello dell'ambiente. Dal 2008, la Camera di commercio di Torino sigla accordi con le municipalità locali per condurre attività di promozione delle aziende piemontesi nel settore *automotive*, investendo molto nella costruzione di relazioni tramite del personale reclutato localmente. Per le aziende piemontesi il mercato cinese offre grandi opportunità, non più soltanto per il basso costo della manodopera, ma anche e soprattutto perché è un mercato in grande espansione, che necessita di tecnologia e competenze che le aziende piemontesi sono in grado di fornire. Per siglare i vari accordi e reclutare il personale locale, la Camera di commercio si appoggia sui servizi di un intermediario cinese che vive tra Parigi e Pechino, con il quale è venuta in contatto in occasione delle diverse fiere di settore. Questo migrante, titolare di una società di intermediazione economica, collaborazione, ed intermediazione tra imprese, è la persona cui la Camera di commercio fa riferimento in quel compito fondamentale che è la tessitura di relazioni e la coltivazione delle *guanxi*, le sole a poter rendere possibile l'accesso delle aziende italiane alle loro controparti cinesi ed alle municipalità che ne controllano l'operato. Attualmente manca un interlocutore cinese di riferimento a Torino, che aiuti la Camera di commercio nelle relazioni con il contesto cinese. Però esistono (pochi: 2, 3) intermediari cinesi, originari della prima ondata della diaspora zhejianese a Torino, che collaborano in modo personale e senza intermediazione con le aziende locali impegnate nell'internazionalizzazione verso la Cina.

Il mercato cinese è sicuramente interessante in un'ottica commerciale, poiché il mercato interno, con la rapida crescita del tenore di vita dei cittadini, offre una domanda crescente di beni di lusso. Ma anche dal punto di vista della produzione, la Cina non cessa di presentarsi come una destinazione attrattiva per le imprese italiane, poiché in certi "distretti di sviluppo", che possono essere paragonati a dei parchi tecnologici, sono in vigore interessanti vantaggi fiscali per

le aziende che vi investono. Le aziende italiane ne ricavano dunque un vantaggio economico e produttivo, poiché possono beneficiare di strutture e di infrastrutture molto moderne, riuscendo in tal modo a passare da ricerca applicata al mercato molto più velocemente che in patria, oltre alla presenza di personale locale a basso costo. Come contropartita dei vantaggi fiscali cui sono soggette, hanno il vincolo di far entrare nell'indotto un certo numero di aziende locali. Le piccole imprese piemontesi hanno però difficoltà a penetrare nel mercato cinese, soprattutto a causa di un limitato potere contrattuale.

Pochi, tra i piccoli imprenditori cinesi che vogliono avviare un'attività, si rivolgono invece allo sportello informativo della Camera di commercio, che offre informazione riguardo all'avvio d'impresa e alla normativa comunitaria. Sembra che essi per le attività di mediazione e di informazione si rivolgano ai canali comunitari, che si rivelano comunque estremamente attivi e efficaci in questo campo.

Come riferito da un testimone privilegiato che dirige lo sportello "multietnico" di un'importante banca torinese, che accentra i clienti cinesi grazie alla presenza di un'operatrice connazionale, a livello economico sembra esserci una grande interconnessione tra l'Italia e la Cina, che si concretizza in cospicui e frequenti passaggi di denaro, che transitano sui conti correnti personali dei singoli migranti e/o imprenditori. Spesso si nota come i migranti investano i propri risparmi anche in Cina al fine di diversificare i capitali e distribuire i rischi e come, una volta consolidata la situazione imprenditoriale a Torino, investano nel settore immobiliare. La banca, una volta compresa l'importanza della clientela cinese, cerca di intercettarne e soddisfarne le esigenze anche tramite un contatto diretto con le associazioni di rappresentanza della comunità cinese a Torino. I clienti cinesi sono particolarmente apprezzati dalla banca perché dispongono molto

frequentemente di un capitale familiare che serve loro da garanzia per ottenere ulteriori prestiti. Il lato materiale delle solidarietà familiari e del funzionamento delle *guanxi* si percepisce anche osservando i movimenti finanziari da e verso la Cina. Si nota anche come ciò spieghi la resistenza e la resilienza delle imprese cinesi in tempo di crisi: in queste circostanze, infatti, aumentano i flussi di soldi in provenienza dalla Cina, la famiglia funziona quindi come un vero e proprio "polmone finanziario", un ammortizzatore economico capace di dispensare sussidi, mentre nei momenti di espansione i soldi vengono diretti verso altre destinazioni. Si ha quindi l'impressione che la Cina rappresenti il vero bacino finanziario e che il denaro non stazioni mai molto in Italia.

La realtà imprenditoriale cinese di Torino è quindi costituita essenzialmente da ditte familiari che interagiscono dalla Cina a livello familiare e non attraverso organizzazioni. Si tratta di piccoli nuclei autonomi che chiedono il supporto familiare in tempi di bisogno, senza però che ci siano particolari collegamenti aziendali tra Cina e Italia.

### **3.4 L'associazionismo cinese a Torino**

Il panorama associativo cinese sul territorio torinese è piuttosto variegato e in continua evoluzione. Nonostante il numero dei residenti in città superi di poco le quattromila unità (4.225 al primo gennaio 2008)<sup>34</sup>, si possono contare ben sei associazioni cinesi e italo-cinesi. Di queste, cinque sono attive nella città di Torino ed una (Associazione Amicizia Italia-Cina) a Barge-Bagnolo, zona caratterizzata da una forte presenza cinese impiegata nella

---

*Nota*

<sup>(34)</sup> Al primo gennaio 2008 i cinesi residenti nella città di Torino erano 4.225. Fonte: BDDE Regione Piemonte.



lavorazione della pietra di Luserna. Queste realtà associative si possono suddividere in due gruppi: quelle di prima generazione (A.I.C.U.P. e Associazione Cinese e Italo-cinese di Torino), associazioni con una forte vocazione imprenditoriale ed economica, e quelle di seconda generazione, o meglio dei giovani (A.N.G.I., Cina più Vicina) che sono invece associazioni culturali. Vi è inoltre un'ultima associazione che si occupa di organizzare attività destinate ai bambini in età scolare e della diffusione della lingua e della cultura cinese (Associazione socio-culturale Zhi-Song, nata nel 2009).

La prima nata è l'**Associazione Cinese e Italo-Cinese di Torino**, che si costituisce per volontà di un gruppo di imprenditori (in particolare ristoratori) nel 1984, ma che viene registrata formalmente soltanto qualche anno dopo, nel 1994. Dallo stesso nucleo di persone, provenienti quasi esclusivamente dalla regione dello Zhejiang, nasce nel 1999 l'**A.I.C.U.P.**, Associazione Immigrati Cinesi Uniti in Piemonte. Quest'ultima, che è rivolta anche a commercianti e grossisti, viene fondata per coinvolgere anche i cittadini cinesi residenti fuori città, in altre località piemontesi e per rispondere alla crescita demografica che interessa la comunità cinese. A confermare ancora una volta quanto il lavoro e la grinta imprenditoriale siano elementi tipici dell'esperienza migratoria cinese, entrambe le associazioni, sono guidate da figure imprenditoriali di rilievo e di alto livello socioeconomico, che rappresentano un punto di riferimento per la comunità. I leader delle associazioni, che ricoprono questi ruoli proprio in virtù di una posizione imprenditoriale consolidata e di successo, hanno infatti un ritorno notevole in termini di visibilità e prestigio sociale, spendibile sia all'interno del contesto di immigrazione, sia a livello transnazionale. Possiamo individuare quest'ultimo aspetto come una peculiarità delle realtà associative cinesi. Anche per questo

motivo le associazioni hanno un presidente e numerosi vice-presidenti (alcune arrivano a contarne fino a venti).

Le attività promosse dalle associazioni di prima generazione sono orientate all'organizzazione dell'annuale festa in occasione del Capodanno Cinese, che quest'anno si è svolta al Teatro Colosseo di Torino, e al mantenimento dei rapporti istituzionali con il consolato cinese a Milano, nonché al finanziamento e patrocinio di alcune iniziative organizzate dalle associazioni dei giovani. Oltre a ciò, queste associazioni di categoria hanno un ruolo costante e cruciale nella creazione e nel mantenimento di una fitta rete di relazioni con altri membri della diaspora cinese nel mondo e con le istituzioni politiche ed economiche nel proprio Paese d'origine.

Le associazioni giovanili, d'altro canto, si dimostrano più attive su vari fronti e più attente sia ai nuovi bisogni della comunità, che alla promozione della cultura e della lingua cinese. Dispongono inoltre di più "risorse umane" che dedichino tempo ai progetti, rispetto alle associazioni dei primo-migranti, composte essenzialmente da imprenditori e commercianti a tempo pieno.

Nell'agosto del 2007, dal progetto di undici amici e coetanei nasce l'**Associazione Nuova Generazione Italo-Cinese**, che oggi conta una quarantina di membri (di cui un terzo sono italiani e il resto cinesi) e si dedica con intraprendenza e costanza alle attività più svariate. L'obiettivo dell'associazione è, a detta del presidente, "favorire l'integrazione sociale in senso ampio", per consentire agli immigrati cinesi di passare dalla condizione di ospiti a quella di cittadini. Per aiutare le persone a raggiungere questo scopo occorre guidarle attraverso alcuni passaggi obbligati, come l'apprendimento della lingua e delle normative di base della legge italiana, ma bisogna anche incoraggiare amicizie italiane.

In quest'ottica, dagli sforzi congiunti di ANGI e AICUP, è nato nel Gennaio 2011 il **Centro Coesione Sociale Immigrati Cinesi**, in via Alessandria 6, a Torino. Questo luogo, che è anche la sede delle associazioni giovanili ANGI e Cina più Vicina, si sta configurando sempre di più come un punto di riferimento per la comunità cinese, che qui può usufruire di un servizio di consulenza offerto gratuitamente da professionisti, assistenza su questioni burocratiche (rinnovo permesso di soggiorno, pratiche di ricongiungimento, cambio di residenza), aiuto nella compilazione di documenti, traduzioni e interpretariato, sostegno nella gestione dei problemi sanitari e corsi di lingua italiana. Con questo progetto, le associazioni si propongono quindi di ricoprire un ruolo di ponte tra la realtà locale e la comunità cinese, catalizzando energie e capacità diverse. Infatti, attuando progetti in vari settori e coinvolgendo cinesi e italiani in attività pensate per creare collegamenti e favorire la conoscenza reciproca, si stimolano processi di partecipazione e appropriazione del territorio da parte delle comunità cinesi residenti.

L'associazione **Cina più Vicina**, che condivide la sede di via Alessandria, è il frutto dell'idea di cinque ragazzi cinesi cresciuti insieme e dell'incontro di questi ultimi, nel 2009, con un gruppo di studenti italiani della Facoltà di Lingue e Letterature Orientali dell'università di Torino. Le prime attività organizzate erano mirate a fornire sostegno scolastico. Il progetto "Il maestro dice", realizzato presso la scuola Croce-Morelli di Torino (situata nell'area di Porta Palazzo e contraddistinta da un'alta concentrazione di allievi stranieri), prevedeva ad esempio l'affiancamento di una decina di ragazzi cinesi da parte di due membri dell'associazione, uno cinese ed uno italiano con conoscenze di lingua cinese, e lo svolgimento di corsi in italiano mirati alla preparazione all'esame di terza media. Lo scopo delle attività organizzate da Cina più Vicina è inoltre creare occasioni di ritrovo e di scambio culturale e sportivo tra giovani

## L'immigrazione cinese in Italia e a Torino

---

italiani e cinesi, con l'intento di contribuire a decostruire e superare i numerosi pregiudizi che alimentano la diffidenza nei confronti di questa comunità. È opinione condivisa dei fondatori dell'associazione, che ciò possa avvenire soltanto "avvicinando" le persone.

Proprio questa immagine forte dell'avvicinamento di persone, realtà, esperienze e percorsi diversi, è il seme che, nell'ottobre 2010, dà vita a una rete di collaborazione fra le associazioni cinesi e italo - cinesi di Torino e dintorni: **Avvicina**. La messa in rete ha lo scopo di facilitare la comunicazione e il dialogo con le istituzioni, con le altre associazioni e con la comunità locale. La creazione di questa entità virtuale, che pone rimedio alla frammentarietà della realtà associativa locale, consente inoltre alle singole associazioni di non rinunciare alle loro peculiarità, alla loro storia e al loro nome, potendo comunque beneficiare delle competenze e delle energie altrui. La Rete Avvicina, composta da ANGI, Associazione Cina più Vicina e Associazione Amicizia Italia- Cina, è così collegata anche ad Associna, la rete nazionale di cinesi di seconda generazione. Questo favorisce una maggiore connessione con la realtà associativa nazionale ed una maggiore operatività e capillarità degli interventi. Il primo evento organizzato dalla rete, è stata la mostra itinerante "Sotto lo stesso cielo", un percorso fotografico, multimediale e giornalistico sui cinesi di Torino e Barge-Bagnolo. La mostra, che è stata inaugurata al Museo di Arte Orientale di Torino a marzo di quest'anno, si proponeva di illustrare le tappe della migrazione cinese in Piemonte, mostrare le attività produttive e commerciali più rappresentative, ascoltare dalla voce dei migranti stessi, storie di vita e esperienze migratorie.



## Il quadro quantitativo

di *Claudia Villosio*

### 4.1 Gli imprenditori cinesi in Italia e a Torino

Al terzo trimestre del 2010, le posizioni imprenditoriali intestate a cinesi in Italia hanno superato, secondo i dati Infocamere, le 53 mila unità, arrivando a rappresentare l'8,5% delle posizioni imprenditoriali relative a persone nate all'estero.

Si tratta principalmente (70%) di cariche relative ad imprese individuali. Un 20% delle cariche è invece riconducibile a società di persone. Il peso delle cariche relative a forme societarie più complesse, quali le società di capitali, si attesta attorno all'8%. Quasi inesistenti le cariche relative ad altre forme societarie.

*Tabella 14*

*Posizioni imprenditoriali di nazionalità cinese suddivise per natura giuridica d'impresa. Italia. III trimestre 2010*

	<b>Società di capitale</b>	<b>Società di persone</b>	<b>Imprese individuali</b>	<b>Altre forme</b>	<b>Totale</b>
N. posizioni imprenditoriali	4.194	11.825	36.877	156	53.052
Quota sul totale	7,90%	22,30%	69,50%	0,30%	100%

Fonte: *Elaborazioni R&P su dati InfoCamere*

## Capitolo IV

Per i motivi illustrati nella parte prima del presente rapporto (cfr. parte prima, paragrafo 1.4), e quindi per la maggior facilità di individuare una relazione tra carica societaria e impresa, l'analisi riguarderà nel prosieguo unicamente le imprese individuali.

Tabella 15

*Distribuzione delle imprese individuali cinesi per regione. III trimestre 2010*

Regione	N. imprese individuali cinesi	Quota sul totale
TOSCANA	8.111	22,00%
LOMBARDIA	6.725	18,20%
VENETO	3.991	10,80%
EMILIA-ROMAGNA	3.503	9,50%
LAZIO	2.602	7,10%
SICILIA	2.042	5,50%
CAMPANIA	1.892	5,10%
PIEMONTE	1.742	4,70%
MARCHE	1.388	3,80%
PUGLIA	1.058	2,90%
ABRUZZO	881	2,40%
SARDEGNA	709	1,90%
CALABRIA	650	1,80%
LIGURIA	619	1,70%
FRIULI-VENEZIA GIULIA	414	1,10%
UMBRIA	262	0,70%
TRENTINO-ALTO ADIGE	111	0,30%
BASILICATA	105	0,30%
MOLISE	54	0,10%
VALLE D'AOSTA	18	0,00%
<b>ITALIA</b>	<b>36.877</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

## Il quadro quantitativo

---

Le imprese individuali cinesi in Italia, al terzo trimestre del 2010, ammontano a 36.877 unità. Oltre la metà di queste sono localizzate in tre regioni: Toscana (22%), Lombardia (18%), Veneto (11%).

Passando al dettaglio provinciale, si nota che oltre 4mila imprese individuali cinesi, pari all'11,5% del totale, sono localizzate nella provincia di Prato, 3.500 nella provincia di Milano (pari al 9,6% del totale), 3mila (l'8%) nella provincia di Firenze.

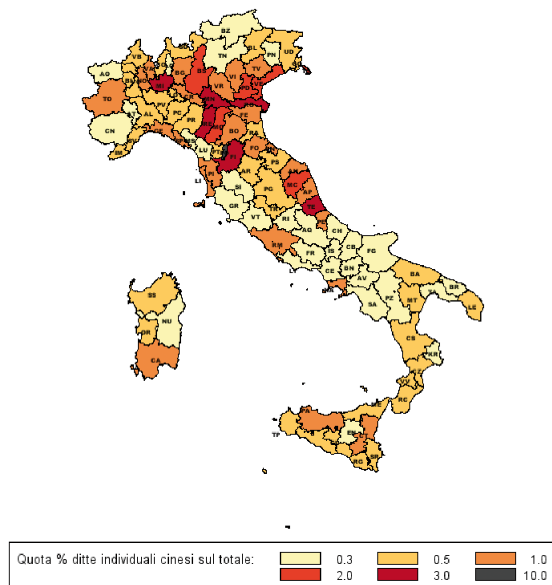
Il Piemonte è l'ottava regione per numero di imprese individuali cinesi presenti, mentre Torino, con poco più di 1.000 ditte individuali localizzate nella sua provincia (1.087 imprese individuali in capo a imprenditori nati in Cina), si trova al sesto posto nella graduatoria provinciale, dopo Roma e Napoli dove sono localizzati rispettivamente il 6% e il 4% del totale degli imprenditori individuali cinesi.

Se però si guarda al peso che hanno gli imprenditori individuali cinesi sul totale degli imprenditori (individuali) stranieri o italiani, la situazione torinese, che pur dimostra una buona presenza totale di imprese straniere, risulta molto più defilata rispetto ad altre province. I cinesi contano infatti a Torino per meno dell'1% sul totale (0,84%) e il loro peso all'interno dell'imprenditoria individuale straniera non supera il 6%. Torino si trova quindi al di sotto della media nazionale, che registra un'incidenza degli imprenditori cinesi sul totale pari all'1% e un peso all'interno della componente straniera di oltre il 10%.



Figura 4

Tasso di incidenza degli imprenditori individuali cinesi sul totale imprenditori individuali per provincia (valori in %). III trimestre 2010



Fonte: Elaborazioni R&P di Torino su dati InfoCamere

La situazione è decisamente diversa in altre realtà quali Prato, Firenze, Milano dove il peso dei cinesi sul totale degli imprenditori individuali attivi è rispettivamente pari al 25%, al 5,6% e al 3% e la comunità cinese conta per il 68%, 27% e 15,5% sul totale degli imprenditori individuali stranieri. A queste province, da tempo conosciute per la forte presenza imprenditoriale cinese, va sicuramente aggiunta Napoli dove, a fine 2010, gli imprenditori individuali cinesi rappresentano oltre un quinto dell'imprenditoria straniera.

Inoltre, i dati mostrano come rispetto a Torino vi siano diverse realtà provinciali con una presenza

## Il quadro quantitativo

cinese più contenuta in termini assoluti ma maggiormente significativa in termini relativi. È il caso di Rovigo, dove oltre un terzo degli imprenditori stranieri sono cinesi, o il caso di Padova, Reggio Emilia e Mantova dove i cinesi contano per circa un quinto degli imprenditori individuali stranieri.

Tabella 16

*Imprese individuali cinesi per provincia (prime 20 province). III trimestre 2010*

PROVINCIA	Imprese individuali cinesi	Quota sul totale imprese individuali cinesi in Italia	Quota cinesi sul totale ditte individuali	Quota cinesi sul totale ditte individuali straniere	Quota ditte straniere individuali sul totale
ITALIA	36.877	100,00%	1,08%	10,80%	10,00%
PRATO	4.232	11,50%	25,10%	68,30%	36,80%
MILANO	3.546	9,60%	2,95%	15,50%	19,10%
FIRENZE	3.046	8,30%	5,62%	27,20%	20,70%
ROMA	2.341	6,30%	1,37%	8,80%	15,70%
NAPOLI	1.479	4,00%	1,20%	22,30%	5,40%
TORINO	1.081	2,90%	0,84%	6,10%	13,80%
PADOVA	1.069	2,90%	1,86%	21,30%	8,70%
REGGIO EMILIA	976	2,60%	3,02%	18,10%	16,70%
BRESCIA	961	2,60%	1,52%	11,70%	12,90%
MODENA	784	2,10%	2,10%	16,80%	12,50%
TREVISO	702	1,90%	1,40%	11,20%	12,50%
MANTOVA	680	1,80%	2,67%	21,30%	12,50%
BOLOGNA	673	1,80%	1,34%	11,00%	12,10%
VENEZIA	619	1,70%	1,52%	14,70%	10,40%
ROVIGO	583	1,60%	3,13%	37,50%	8,30%
TERAMO	563	1,50%	2,53%	18,30%	13,80%
VERONA	560	1,50%	1,00%	8,10%	12,30%
CATANIA	539	1,50%	0,84%	16,30%	5,20%
PALERMO	485	1,30%	0,78%	10,50%	7,40%
BARI	461	1,30%	0,46%	11,60%	3,90%

Fonte: Elaborazioni Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

Nota: a differenza dei dati relativi alla sola provincia di Torino presentati ad inizio volume e nel prossimo paragrafo, sono considerati in questo paragrafo imprenditori stranieri tutti gli imprenditori nati all'estero e quindi sono inclusi anche gli imprenditori di origine comunitaria, quelli provenienti dai Paesi industrializzati e da Argentina, Brasile e Venezuela.

## Capitolo IV

Questi dati permettono anche di individuare, da un lato le peculiarità dell'imprenditoria cinese rispetto all'imprenditoria straniera in generale, dall'altro come queste caratteristiche siano declinate all'interno delle diverse province italiane.

Tra gli imprenditori individuali cinesi risulta in media una maggiore componente femminile rispetto alla media degli imprenditori stranieri: gli imprenditori maschi sono infatti il 58% nel totale degli imprenditori cinesi, venti punti percentuali in meno della media degli stranieri (78%). Vi sono tuttavia alcune differenze tra le diverse province: mentre a Firenze si registra il tasso più alto di mascolinizzazione (62%), a Napoli si ha il più basso con una quasi parità tra i due generi (maschi 53%, femmine 47%). Torino si colloca sotto la media nazionale registrando quindi una maggiore presenza di imprenditrici cinesi rispetto al dato nazionale.

Tabella 17

*Caratteristiche degli imprenditori individuali stranieri e cinesi: genere ed età. Totale Italia e prime 9 province. III trimestre 2010*

	Genere		Classi di età	
	% Maschi	% 18-29 anni	% 30-49 anni	% 50+ anni
Stranieri tutti (media Italia)	78,10%	13,20%	68,90%	17,90%
Cinesi:				
ITALIA	57,90%	15,90%	71,50%	12,60%
PRATO	58,80%	15,70%	70,30%	14,00%
MILANO	55,60%	19,00%	68,60%	12,40%
FIRENZE	62,50%	9,60%	71,80%	18,60%
ROMA	57,90%	14,50%	67,10%	18,40%
NAPOLI	53,40%	15,60%	71,20%	13,20%
TORINO	55,00%	17,70%	72,40%	9,90%
PADOVA	57,10%	16,80%	69,80%	13,40%
REGGIO EMILIA	55,50%	12,90%	71,30%	15,80%

Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

## Il quadro quantitativo

Per quel che riguarda la distribuzione per età si rileva come gli imprenditori cinesi siano più giovani della media degli imprenditori stranieri. Inoltre il dettaglio provinciale ci permette di individuare come a Torino sia particolarmente ridotta la componente più anziana: gli imprenditori over 50 contano per meno del 10% del totale, la metà rispetto a Firenze e Roma, province con più lunga tradizione di insediamento cinese. Milano, invece, pur avendo una presenza di imprenditori più anziani nella media, si distingue per una forte presenza di giovani: quasi un quinto degli imprenditori individuali cinesi ha meno di 30 anni.

Tabella 18

*Caratteristiche degli imprenditori individuali stranieri e cinesi: settore di attività. Totale Italia e prime 9 province. III trimestre 2010*

	Attività manifatturiere	Costruzioni	Commercio all'ingrosso e al dettaglio	Attività dei servizi alloggio e ristorazione	Attività di servizi per la persona	Altro
Stranieri tutti (media Italia)	8,90%	31,40%	37,30%	4,60%	3,00%	14,80%
Cinesi:						
ITALIA	38,50%	0,80%	45,90%	9,20%	2,50%	3,10%
PRATO	82,30%	0,60%	12,60%	1,50%	0,40%	2,50%
MILANO	21,00%	1,40%	35,50%	24,80%	12,80%	4,40%
FIRENZE	77,50%	0,50%	18,70%	1,20%	0,60%	1,40%
ROMA	4,50%	1,20%	75,00%	12,00%	1,20%	6,20%
NAPOLI	5,30%	1,10%	89,00%	0,90%	0,10%	3,60%
TORINO	8,50%	3,50%	60,30%	17,10%	6,40%	4,20%
PADOVA	53,40%	0,50%	30,80%	10,70%	1,30%	3,30%
REGGIO EMILIA	75,20%	0,60%	16,00%	5,30%	0,70%	2,00%

Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

## Capitolo IV

La distribuzione per attività economiche ben illustra la conosciuta specializzazione degli imprenditori cinesi: la attività manifatturiere (nel settore tessile), il commercio e la ristorazione, assieme alla quasi totale assenza dal settore delle costruzioni. In questo settore, tuttavia, si distingue la peculiare situazione della provincia di Torino con l'importante presenza di imprenditori cinesi nel settore della lavorazione della pietra in Val Pellice (si veda a questo proposito la parte seconda, capitolo 3).

Il dettaglio provinciale mostra l'ulteriore specializzazione territoriale: la manifattura (tessile) a Prato, Firenze e Reggio Emilia, il commercio a Roma, Napoli e Torino, la ristorazione a Milano e Torino, una buona presenza nel settore dei servizi alla persona a Milano ed una non marginale presenza in questo settore anche a Torino; la presenza cinese nel settore dei servizi alla persona è invece praticamente irrisoria nelle altre province considerate.

Tabella 19

*Caratteristiche degli imprenditori individuali stranieri e cinesi: dettaglio sul settore commercio e ristorazione. Totale Italia e prime 9 province. III trimestre 2010*

	all'ingrosso	Commercio		Alloggio e Ristorazione		
		al dettaglio	totale	Alloggio	Ristorazione	totale
Stranieri tutti (media Italia)	15,70%	80,70%	128.870	5,90%	94,10%	15.991
Cinesi:						
ITALIA	20,00%	79,90%	17.304	1,50%	98,50%	3.461
PRATO	56,40%	43,00%	544	0,00%	100,00%	64
MILANO	29,00%	70,90%	1.304	1,50%	98,50%	912
FIRENZE	51,30%	48,70%	583	2,80%	97,20%	36
ROMA	29,10%	70,80%	1.824	5,80%	94,20%	291
NAPOLI	54,80%	45,20%	1.358	0,00%	100,00%	13
TORINO	9,20%	90,80%	675	1,60%	98,40%	191
PADOVA	49,00%	51,00%	339	0,00%	100,00%	118
REGGIO EMILIA	7,30%	92,10%	151	2,00%	98,00%	50

Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

## Il quadro quantitativo

---

Nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione gli imprenditori individuali cinesi sono massicciamente presenti nel solo comparto della ristorazione, con l'eccezione di Roma dove vi è anche una significativa presenza nel comparto alberghiero. Nei due comparti del commercio, l'ingrosso e il dettaglio, la situazione appare un po' più variegata all'interno delle diverse province. Tra queste, va sicuramente citata Torino, dove la presenza degli imprenditori cinesi nel commercio all'ingrosso è molto limitata, a differenza di altre province, quali Napoli e Firenze, che mostrano una quasi equa distribuzione tra i due comparti.

### *4.2 Una fotografia dell'imprenditoria individuale cinese a Torino*

Gli imprenditori individuali cinesi mostrano una sensibile crescita nel corso dell'ultimo decennio all'interno dell'economia torinese, attestandosi oltre quota mille imprenditori individuali nel 2010<sup>35</sup>.

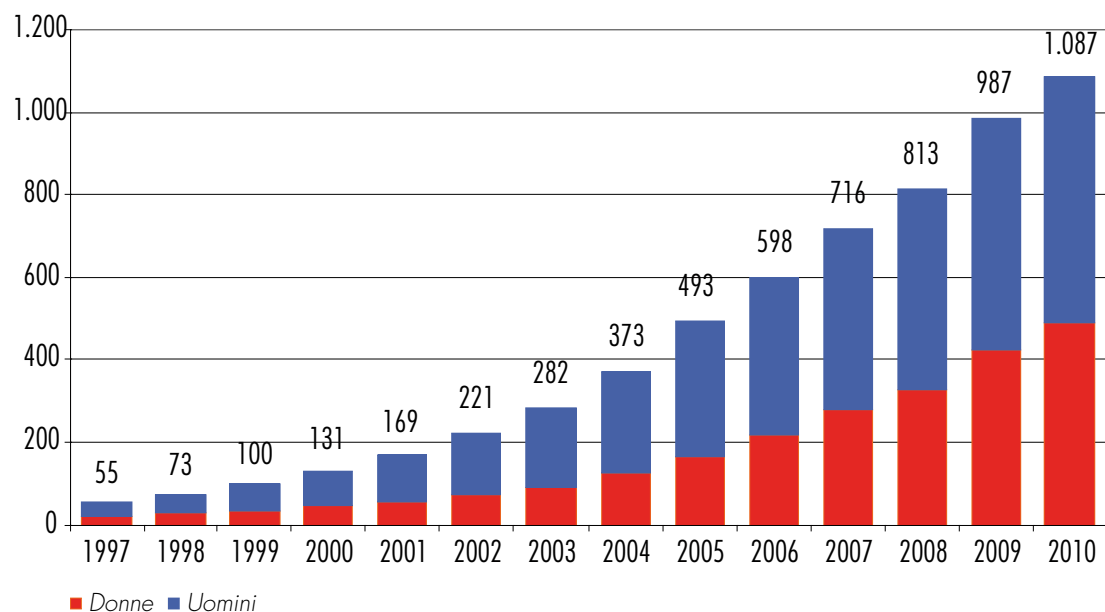
---

*Nota*

<sup>35</sup> Il dato è riferito al 31 dicembre 2010, mentre nel paragrafo precedente i dati sono riferiti al III trimestre 2010. Questo spiega la differenza nel numero totale di ditte individuali riportate.

Grafico 8

*Imprenditori individuali cinesi per genere in provincia di Torino. Anni 1997 - 2010*



Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

La loro crescita, tuttavia, non è dissimile dalla crescita generale dell'imprenditoria straniera, rappresentando la componente cinese, in modo costante negli ultimi quattro anni, una quota pari al 7% dell'intera imprenditoria straniera a Torino<sup>36</sup>, con un leggero calo (un punto percentuale) rispetto al peso che questa comunità ha avuto a partire dal 2000.

### Nota

<sup>(36)</sup> Il dato è dissimile da quello presentato in precedenza, in quanto in questo caso sono stati esclusi dal novero degli imprenditori stranieri coloro nati nei paesi Europei, nei paesi industrializzati e coloro con cittadinanza italiana nati in Argentina, Brasile e Venezuela che invece rientrano tra gli imprenditori stranieri nelle tabelle del paragrafo precedente.

## Il quadro quantitativo

Negli anni più recenti si è rafforzata la presenza femminile, arrivando a rappresentare a fine 2010 quasi la metà dell'imprenditoria individuale cinese.

Tabella 20

*Imprenditori individuali cinesi per genere in provincia di Torino. Anni 2000 - 2010*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Donne	46	56	75	93	127	167	219	278	326	424	488
Uomini	85	113	146	189	246	326	379	438	487	563	599
Totale	131	169	221	282	373	493	598	716	813	987	1.087
%M	65%	67%	66%	67%	66%	66%	63%	61%	60%	57%	55%
Quota cinesi su stranieri	8%	8%	8%	8%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	7%
Tasso di crescita cinesi	33%	37%	31%	29%	31%	28%	32%	32%	21%	20%	14%
Tasso di crescita stranieri	33%	43%	78%	39%	27%	25%	36%	28%	24%	30%	22%

Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

Gli imprenditori cinesi hanno in media 38 anni, senza sostanziali differenze tra gli imprenditori le imprenditrici. Come già detto in precedenza, si tratta di una di un gruppo piuttosto giovane rispetto ad altri gruppi di imprenditori stranieri (e rispetto agli italiani).



## Capitolo IV

Tabella 21

*Età degli imprenditori individuali italiani, stranieri, cinesi a confronto. Provincia di Torino.  
Anno 2010*

	<18	18-29	Età 30-49	50-69	>=70
CINESI	0	17,5	72,3	10,2	0
ITALIANI	0	6,5	52,2	36,4	4,9
STRANIERI	0	16,1	69,8	13,7	0,4
AFR	0	6,6	71,7	21,3	0,4
AFR MED	0	11,5	67,8	19,7	1
AME LAT	0	12,1	73,4	13,9	0,6
EST	0	21,7	70,6	7,6	0,1

*Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere*

Quasi metà degli imprenditori cinesi opera nel settore del commercio con una specializzazione nel settore dell'abbigliamento, sia al dettaglio che ambulante. Segue il settore della ristorazione, dove vi è una significativa presenza di imprenditrici donne. Le imprenditrici cinesi sono anche piuttosto presenti nel settore dei parrucchieri e dei trattamenti estetici, che rappresenta il 4% delle attività imprenditoriali cinesi.

## Il quadro quantitativo

Tabella 22

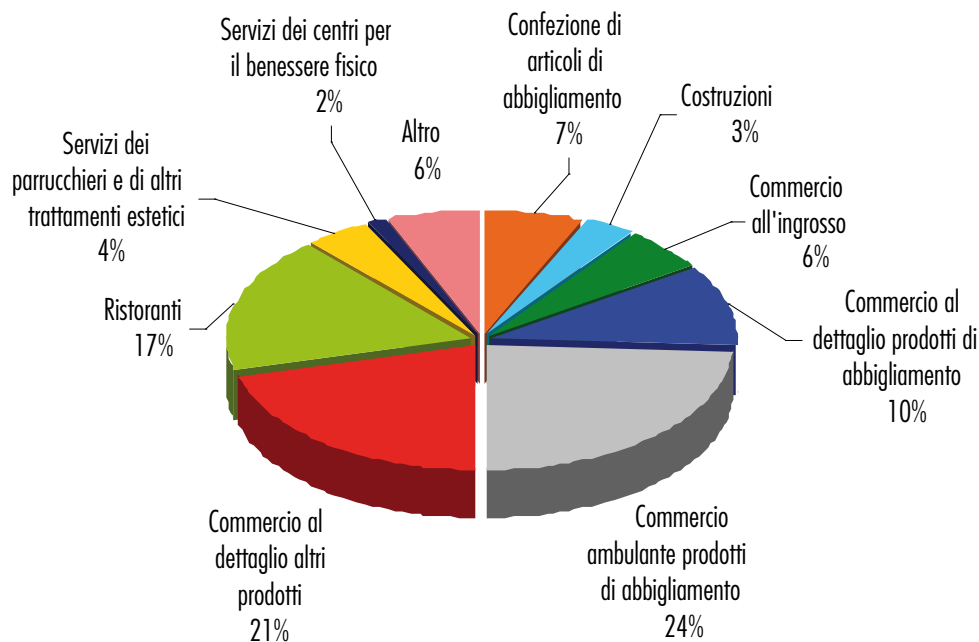
Settore di attività degli imprenditori individuali cinesi per genere. Provincia di Torino. Anno 2010

Settore	Femmine	Maschi	Totale	Quota sul totale
Confezione di articoli di abbigliamento	32	40	72	6,60%
Costruzioni	5	31	36	3,30%
Commercio all'ingrosso	24	38	62	5,70%
Commercio al dettaglio prodotti di abbigliamento	63	48	111	10,20%
Commercio ambulante prodotti di abbigliamento	109	153	262	24,10%
Commercio al dettaglio altri prodotti	94	133	227	20,90%
Ristoranti	97	93	190	17,50%
Servizi dei parrucchieri e di altri trattamenti estetici	27	17	44	4,00%
Servizi dei centri per il benessere fisico	13	4	17	1,60%
Altro	24	42	66	6,10%
Totale complessivo	488	599	1.087	100,00%

Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

Grafico 9

Settore di attività degli imprenditori individuali cinesi in provincia di Torino. Anno 2010



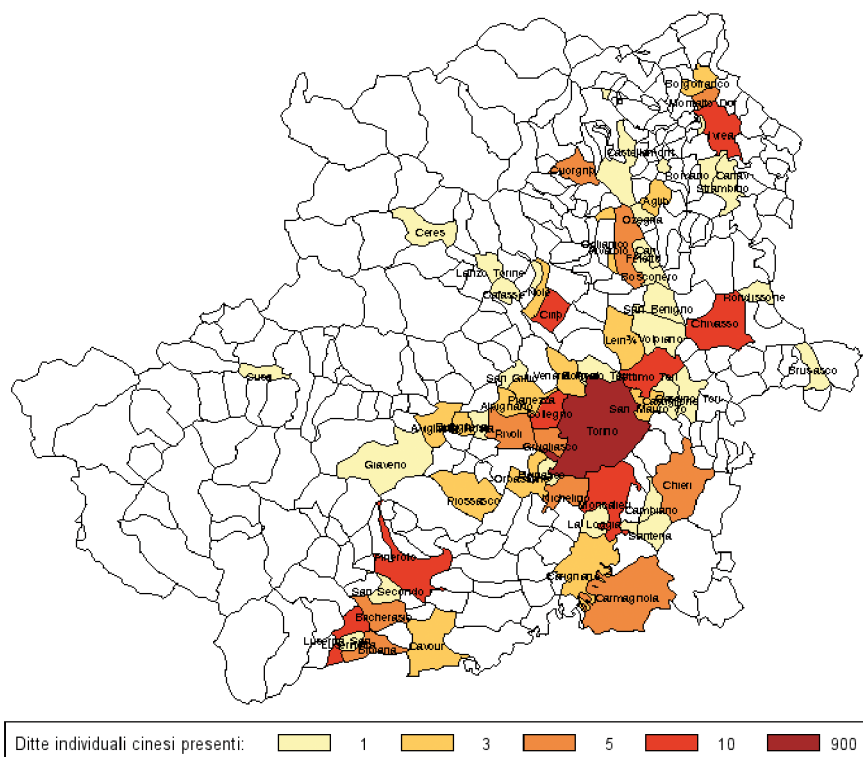
Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

L'80% delle attività cinesi sono localizzate a Torino (861 ditte individuali). Segue Settimo Torinese dove sono localizzate 31 imprese, Moncalieri (18 imprese), Collegno (15 attività) e Chivasso (13 imprese). Come già detto in precedenza, vi è poi una discreta concentrazione di imprenditori cinesi in Val Pellice, legati all'attività di lavorazione della pietra. Come evidenziato dalla figura, nel resto della provincia Torinese non risultano attività imprenditoriali cinesi.

## Il quadro quantitativo

Figura 5

Ditte individuali cinesi presenti nei comuni della provincia di Torino. Anno 2010

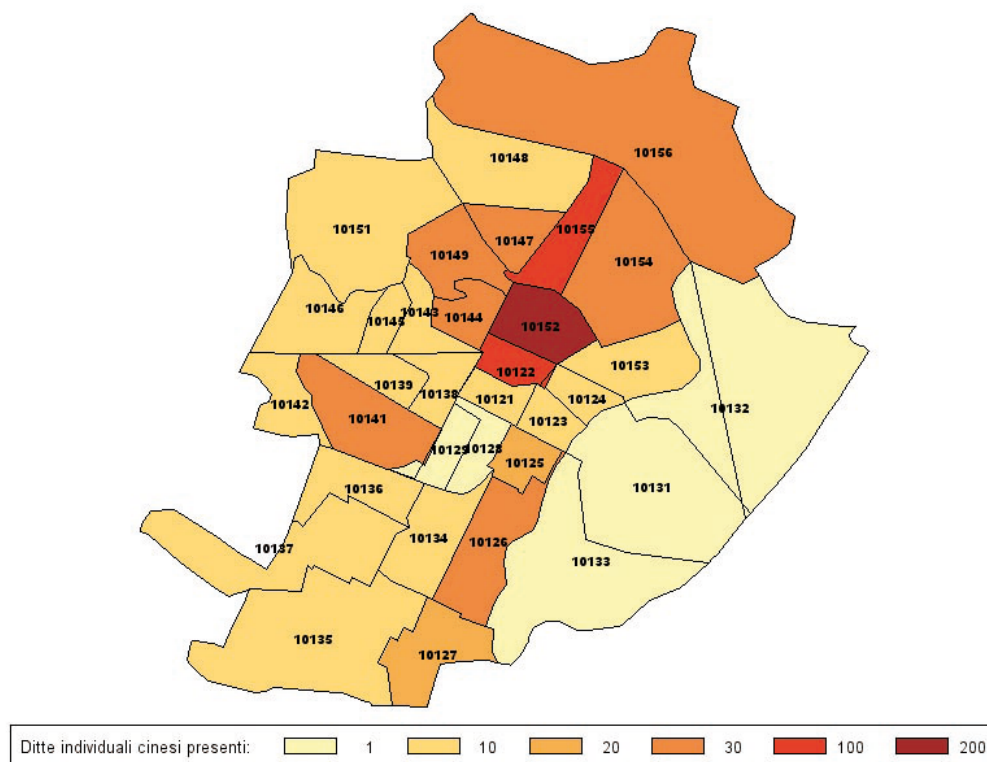


Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

All'interno del territorio torinese, la distribuzione delle attività non è omogenea e predilige la zona di Porta Palazzo (cap 10152 e zone limitrofe), Barriera di Milano (cap 10155, 10156), San Paolo (cap 10141) e San Salvario (cap 10126).

Figura 6

*Ditte individuali cinesi presenti a Torino città per Codice di Avviamento Postale (cap).  
Anno 2010*



Fonte: Elaborazioni R&P su dati InfoCamere

### 4.3 Un approfondimento su forma giuridica, fatturato e dimensione delle imprese cinesi<sup>37</sup>

In questa sezione viene utilizzato un diverso archivio per completare il quadro proposto nelle pagine precedenti, con alcuni aspetti che i dati utilizzati finora non consentono di approfondire. Si tratta della banca dati di fonte ASIA (ISTAT) elaborati dall'Osservatorio delle Attività Produttive della Regione Piemonte. Questa banca dati è relativa a tutte le imprese attive del Piemonte e unisce ai dati del Registro Imprese di fonte camerale i dati Istat del Registro delle Imprese Attive (ASIA). Tale archivio, per le modalità di costruzione, presenta un minor aggiornamento temporale rispetto alla sola fonte camerale (è disponibile l'archivio relativo al 2008), ma consente di avere le informazioni relative ad alcune variabili non presenti negli altri archivi analizzati, quali ad esempio la dimensione di impresa e la classe di fatturato.

In questo paragrafo verranno confrontati questi aspetti dell'imprenditoria cinese a Torino con quelli relativi alle imprese intestate a stranieri appartenenti alle principali comunità imprenditoriali presenti a Torino: i romeni, i marocchini, gli albanesi, gli egiziani e i tunisini.

Pur partendo dalla stessa fonte utilizzata nelle pagine precedenti<sup>38</sup>, questo archivio non è esattamente confrontabile con il precedente per una diversa definizione di "impresa attiva".

Come si evince dalla tabella sottostante l'imprenditoria cinese è il quarto gruppo per presenza imprenditoriale dopo quella romena, marocchina e albanese<sup>39</sup>.

*Nota*

---

<sup>(37)</sup> Banca dati ASIA (Istat).

<sup>(38)</sup> InfoCamere.

<sup>(39)</sup> A differenza delle analisi nelle pagine precedenti che hanno come unità di misura la posizione imprenditoriale, in questo caso l'unità di riferimento è l'impresa e non la carica ricoperta all'interno dell'impresa.

Questo archivio di dati, avendo informazioni sulla nazionalità delle cariche societarie, permette di individuare, per le diverse forme giuridiche, la composizione per nazionalità delle imprese straniere. Il grosso delle imprese cinesi sono costituite da ditte individuali, in misura non difforme da quanto succede per le imprese rumene o marocchine o albanesi, tutte costituite per oltre l'80% da ditte individuali. I tunisini e gli egiziani, invece, hanno una maggiore propensione rispetto agli altri gruppi a costituire forme imprenditoriali più complesse. Tale propensione è sicuramente determinata dalla diversa durata di presenza in Italia dei diversi gruppi e dalla specializzazione settoriale (si veda parte prima).

Per quel che riguarda le forme societarie diverse dalle ditte individuali, una domanda di interesse è quella relativa alla composizione per nazionalità delle diverse cariche, vale a dire capire se gli imprenditori stranieri tendono a formare imprese tra soci della stessa nazionalità o di nazionalità diverse. Vengono definite monoetniche le prime, ad individuare appunto una composizione delle cariche societarie all'interno dello stesso gruppo etnico, e plurietiche le seconde, quando le cariche societarie sono rappresentate da persone di diversa nazionalità. Tra le infinite combinazioni che possono determinarsi per questo ultimo caso, ci concentriamo in questa sede sui casi in cui gli imprenditori stranieri danno origine ad un'impresa assieme ad italiani (plurietiche con italiani).

La tabella mostra come gli imprenditori cinesi, che abbiamo già visto avere una elevata propensione ad esercitare la propria attività tramite ditte individuali, quando danno origine ad imprese con strutture societarie più complesse, hanno una bassissima propensione ad effettuarlo in associazioni con stranieri di altre nazionalità. Tra i gruppi analizzati, i marocchini e gli egiziani, quando costituiscono società più articolate, propendono, con maggior frequenza

## Il quadro quantitativo

rispetto agli altri gruppi, a farlo con stranieri di diversa nazionalità. In ogni caso si tratta comunque di una quota molto limitata di casi e l'associazione con italiani rimane di gran lunga la modalità prevalente nelle forme societarie più strutturate.

*Tabella 23*

*Numero di imprese (tutte le forme giuridiche) con almeno una carica straniera per nazionalità della carica. Provincia di Torino. Anno 2008*

	Cinese	Rumena	Marocchina	Albanesi	Tunisina	Egiziana
Numero imprese	853	3.264	1.330	669	433	398
Di cui:						
a. Ditte individuali	726	2.893	1.112	558	272	238
b. Altre forme societarie:	127	371	218	111	161	160
b1 Monoetniche	106	151	134	47	29	78
b2 Plurietiche	21	220	84	64	132	82
Quota ditte individuali sul totale	85%	89%	84%	83%	63%	60%
Quota monoetiche sul totale	12%	5%	10%	7%	7%	20%
Quota plurietiche sul totale	2%	7%	6%	10%	30%	21%
Imprese plurietiche (b2)	21	220	84	64	132	82
(i) Plurietiche con italiani	19	214	66	58	123	67
(ii) Altre combinazioni	2	6	18	6	9	15

*Fonte: dati ASIA (ISTAT) elaborati dall'Osservatorio delle Attività Produttive della Regione Piemonte*

Il fatturato complessivo relativo alle ditte individuali degli imprenditori delle sei nazionalità considerate ammontava nel 2008 a poco meno di 300 milioni di euro. Le ditte individuali cinesi nel 2008 hanno fatturato circa 46 milioni di euro. I diversi gruppi presi in considerazione sono tuttavia piuttosto differenti, per quel che riguarda la distribuzione delle ditte individuali per classe di fatturato d'impresa.



## Capitolo IV

Tabella 24

*Distribuzione delle ditte individuali per nazionalità dell'imprenditore e classe di fatturato. Provincia di Torino. Anno 2008*

	Cinese	Rumena	Marocchina	Albanesi	Tunisina	Egiziana
<b>N. ditte individuali</b>						
0-19 migliaia di €	368	1.478	807	254	121	106
20-49 migliaia di €	143	807	164	143	71	64
50-99 migliaia di €	88	361	86	86	35	34
100-199 migliaia di €	80	148	34	43	28	18
200-499 migliaia di €	41	78	17	26	12	12
500-999 migliaia di €	6	16	4	6	2	2
1000-1999 migliaia di €	0	5	0	0	3	2
	726	2.893	1.112	558	272	238
<b>Quota sul totale</b>						
0-19 migliaia di €	50,70%	51,10%	72,60%	45,50%	44,50%	44,50%
20-49 migliaia di €	19,70%	27,90%	14,70%	25,60%	26,10%	26,90%
50-99 migliaia di €	12,10%	12,50%	7,70%	15,40%	12,90%	14,30%
100-199 migliaia di €	11,00%	5,10%	3,10%	7,70%	10,30%	7,60%
200-499 migliaia di €	5,60%	2,70%	1,50%	4,70%	4,40%	5,00%
500-999 migliaia di €	0,80%	0,60%	0,40%	1,10%	0,70%	0,80%
1000-1999 migliaia di €	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%	1,10%	0,80%

Fonte: dati ASIA (ISTAT) elaborati dall'Osservatorio delle Attività Produttive della Regione Piemonte

In tutti i casi presi in considerazione, la maggior parte delle ditte individuali si colloca nella prima classe di fatturato, sotto ai 20mila euro, con alcune differenziazioni a seconda dei gruppi. Tra gli imprenditori cinesi, metà riporta un fatturato sotto i 20mila euro, mentre questa

## Il quadro quantitativo

percentuale sale ad oltre il 70% tra i marocchini, ed è pari al 44% tra tunisini ed egiziani. Di converso, circa il 30% delle imprese individuali cinesi, albanesi, egiziane e tunisine riporta un fatturato oltre i 50mila euro, mentre questa quota scende rispettivamente al 13% e al 21% tra le ditte individuali di imprenditori marocchini e rumeni.

Ne segue che le imprese individuali tunisine risultano quelle a maggior fatturato aziendale, le marocchine quelle a minor fatturato unitario. Le imprese cinesi si collocano in posizione intermedia con fatturato medio per impresa di circa 64 mila euro. A determinare questa varietà di risultati, concorrono diversi fattori: la dimensione dell'impresa e la tipologia di attività *in primis*, caratteristiche molto difformi tra i diversi gruppi etnici. È necessario tenere in conto, inoltre, che poiché il dato sul fatturato è riportato in classi e non in modo puntuale, esiste un margine di errore di misurazione nei dati unitari riportati.

Tabella 25

*Fatturato totale e pro-capite in euro delle ditte individuali per nazionalità dell'imprenditore.*

*Provincia di Torino, anno 2008*

	Cinesi	Rumeni	Marocchini	Albanesi	Egiziani	Tunisini
N. imprese	726	2.893	1.112	558	272	238
Fatturato per impresa	63.547	48.082	30.854	61.013	72.479	76.176
<b>Fatturato Totale</b>	<b>46.135.000</b>	<b>139.100.000</b>	<b>34.310.000</b>	<b>34.045.000</b>	<b>17.250.000</b>	<b>20.720.000</b>

Fonte: dati ASIA (ISTAT) elaborati dall'Osservatorio delle Attività Produttive della Regione Piemonte

Nota: valori di fatturato ricavati come media della classe di fatturato presente nell'archivio.

## Capitolo IV

Le imprese straniere sono diverse a seconda della nazionalità dell'imprenditore anche dal punto di vista della dimensione. Pur essendo oggetto dell'approfondimento solamente l'insieme delle ditte individuali, è possibile rilevare come pur in questo gruppo di piccole (o piccolissime) imprese vi è una certa eterogeneità a seconda della nazionalità. La banca dati permette di avere informazioni sul numero di dipendenti assunti nell'anno dalle imprese e sul numero di lavoratori indipendenti presenti: titolare e coadiuvanti familiari.

Tabella 26

*Addetti totale, dipendenti e autonomi delle ditte individuali per nazionalità dell'imprenditore (deviazione standard tra parentesi). Provincia di Torino. Anno 2008*

	<b>Addetti totali</b>	<b>N. lavoratori dipendenti medio</b>	<b>N. lavoratori autonomi medio</b>
Cinesi	2,2 (1,8)	0,9 (1,6)	1,1 (0,3)
Rumeni	1,6 (1,6)	0,5 (1,6)	1,4 (0,6)
Marocchini	1,3 (0,9)	0,2 (0,8)	1,1 (0,3)
Albanesi	1,7 (1,5)	0,6 (1,4)	1,1 (0,3)
Egiziani	1,8 (1,7)	0,7 (1,7)	1,1 (0,3)
Tunisi	1,7 (1,5)	0,6 (1,4)	1,1 (0,3)

*Fonte: dati ASIA (ISTAT) elaborati dall'Osservatorio delle Attività Produttive della Regione Piemonte*

# Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

*di Melissa Blanchard*

## *5.1 Origine e percorsi migratori degli imprenditori*

In questo capitolo cercheremo di tracciare un quadro generale delle caratteristiche degli imprenditori cinesi di Torino che abbiamo intervistato e di cui abbiamo ricostruito il percorso professionale e migratorio. I 14 imprenditori (11 uomini e 3 donne<sup>40</sup>) che hanno partecipato a questo studio sono tutti originari dello Zhejiang, quattro del distretto o della città di Rui'an, quattro del distretto di Wencheng (soprattutto dell'area circostante il villaggio di Yuhu) e sei del distretto o della città di Wenzhou. Gli imprenditori originari di Rui'an sono presenti in Italia da lungo tempo, essendo arrivati in un periodo che va dai primi anni Settanta alla metà degli anni Ottanta e godono oggi di grande successo. I migranti originari di Wencheng invece sono arrivati in tempi relativamente più recenti, ovvero dalla fine degli anni Ottanta alla prima metà degli anni Novanta. Gli ultimi arrivati sono gli abitanti delle zone limitrofe alla città di Wenzhou e del capoluogo medesimo, giunti in Italia dalla seconda metà degli anni Novanta in poi.

*Nota*

---

<sup>(40)</sup> Se il numero di donne intervistate è esiguo in termini oggettivi, esso riveste una certa importanza in termini relativi, poiché rappresenta circa un quarto del campione preso in esame, dato che ricalca quanto illustrato nel capitolo 4, e cioè che la presenza femminile tra gli imprenditori cinesi è relativamente numerosa.

La composizione della popolazione cinese di Torino sembra quindi diversa da quella milanese, dove i primi ad arrivare sono stati i zhejiangesi del distretto di Qingtian, che hanno costituito la componente maggiore dell'immigrazione cinese fino agli anni Settanta (Cologna e Farina, 1997). A Torino, invece, le famiglie pioniere sono originarie di Rui'an o di Yuhu. Dagli anni Novanta, i cinesi di Wencheng costituiscono invece la maggioranza dei migranti, sia tra quelli stabiliti che tra i nuovi arrivi. La sostanziale prevalenza di individui originari del distretto di Wencheng non si riflette nella composizione del campione intervistato, ma non ci è dato sapere se questo debba essere attribuito al modo di reclutamento degli informatori (cfr. capitolo 2), oppure se sia uno specchio reale dell'origine geografica degli imprenditori di maggior successo o di maggior apertura (proprio perché stabiliti a Torino da più tempo) nei confronti della società italiana. Tra gli imprenditori intervistati, inoltre, prevalgono gli individui di origine rurale, provenienti da paesini montani o costieri, spesso zone isolate, anche se poco meno della metà di essi è originario di uno dei "capoluoghi" della provincia, Wenzhou e Rui'an.

Ci sembra interessante soffermarsi anche sul percorso migratorio di questi migranti poiché, a differenza di quanto afferma la maggioranza degli studi e dei testimoni privilegiati che abbiamo contattato, la maggior parte degli imprenditori intervistati - dieci - sono arrivati direttamente dalla Cina a Torino, dove avevano già un parente al quale hanno potuto appoggiarsi logisticamente nei primi tempi della loro permanenza e che spesso è stato anche direttamente responsabile della loro venuta, grazie alla possibilità di "chiamare" in Italia il nuovo migrante tramite un contratto di lavoro appositamente confezionato. Due imprenditori sono arrivati invece inizialmente a Milano e due a Firenze e Prato. Ciò mostra che Torino non è necessariamente una seconda scelta nei percorsi migratori dei cinesi in Italia, benché attualmente,

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

come emerge dalle interviste, non rappresenti una meta ambita dal punto di vista economico, ovvero non offra particolari caratteristiche che incoraggino a sceglierla come meta migratoria in confronto ad altre città italiane. Ma l'analisi delle interviste mostra che, a determinare il percorso migratorio dei cinesi in Italia, è più l'esistenza di catene migratorie potenzialmente attivabili (ovvero la presenza sul territorio di parenti in grado di "chiamare" e di sostenere il nuovo migrante nei primi tempi della sua avventura migratoria), piuttosto che considerazioni di ordine economico ed imprenditoriale. A conclusioni analoghe giunge anche lo studio di Berzano et al. (2008).

Tuttavia, quando lo spostamento a Torino è stato effettuato nell'ambito di un percorso di mobilità secondaria all'interno dell'Italia, alla base di questa scelta si trovano sempre considerazioni economiche. Tra queste risaltano le opportunità commerciali offerte dalla città, grazie al suo tessuto industriale ma anche alla posizione di avamposto lungo le traiettorie che connettono l'Italia alla Francia, nonché per l'importanza e la fervida attività del mercato di Porta Palazzo, capace di richiamare nel corso degli anni Novanta anche ingenti contingenti di acquirenti francesi che vi giungevano in torpedone, come ha messo in evidenza la ricerca che abbiamo condotto l'anno passato (Blanchard 2010). Alla fine degli anni Ottanta, inoltre, Torino offriva anche il vantaggio di essere un terreno "vergine" per l'installazione delle attività cinesi di produzione e di commercio all'ingrosso, che invece cominciavano già a risentire di un aumento della concorrenza etnica nelle zone di Milano e di Prato. Vengono citate però anche le opportunità imprenditoriali che si presentano in relazione alla presenza in loco di un parente o di un amico con il quale è possibile associarsi al fine di aprire una nuova attività autonoma. Se dunque in linea generale non sono le opportunità imprenditoriali o economiche

in senso lato ma piuttosto la precedente presenza di un parente a determinare la destinazione di primo arrivo dei migranti, nel caso di Torino sono invece proprio le opportunità imprenditoriali e di mercato che fanno sì che questa città sia scelta come destinazione di una migrazione interna, almeno stando all'esperienza del campione intervistato. In media, l'immigrazione interna è avvenuta dopo circa tre anni dall'arrivo in Italia, fatto che mostra la rapidità con la quale i migranti cinesi tendono a ridefinire il proprio percorso professionale e ad organizzarlo con l'obiettivo di mettersi in proprio.

### *5.2 L'età e le tappe del percorso professionale*

L'età degli imprenditori intervistati va dai 23 ai 50 anni, con una media che si situa nella fascia fra i 30 e i 40 anni. Poco meno della metà del campione (sei individui) è venuto in Italia nel quadro del ricongiungimento familiare, cioè in età infantile o adolescenziale (dai 4 ai 19 anni), con una concentrazione intorno ai 12-14 anni (dal 1973 al 1998), per raggiungere i genitori che avevano emigrato prima di loro. Questi giovani spesso hanno seguito il sentiero professionale aperto dai genitori, lavorando fin da piccoli nell'azienda familiare (in genere nella ristorazione o nel commercio), poi presa in gestione appena maggiorenni. Nei pochi casi (due) in cui erano figli di lavoratori dipendenti (in ristoranti o laboratori di connazionali), hanno invece cercato di realizzare un percorso di promozione sociale e professionale, sia individuale che familiare, aprendo appena possibile un'attività in proprio, senza però poter contare su un apporto economico da parte dei genitori per l'avvio dell'attività.

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

Si potrebbe quindi ipotizzare che, se una coppia di migranti non si mette in proprio, è essenzialmente a causa della mancanza di risorse finanziarie atte a sostenere l'attività. I figli rappresentano anche una proiezione, gli agenti incaricati della promozione sociale della famiglia che i genitori non sono riusciti a realizzare nell'arco della loro vita professionale. Si capisce quindi perché, sia per i giovani che per le loro famiglie, sia importante intraprendere una carriera di studio universitaria: ciò permette loro infatti di aumentare il loro capitale umano (Becker, 1964; Coleman, 1988), o culturale (Bourdieu, 1986), costituito da conoscenze, competenze, diplomi da spendere in seguito in ambito professionale al fine di raggiungere mete lavorative maggiormente valorizzate. Continuare l'attività dei genitori non è certo una scelta obbligata, ma è sicuramente una decisione caldamente incoraggiata dai genitori stessi, che assomiglia a un "destino" tracciato, cui i giovani fanno molta fatica ad opporsi. Come ci spiega un giovane venuto dalla Cina all'età di tredici anni per raggiungere i genitori che si erano installati a Torino già da sette anni e che, dopo aver lavorato come dipendenti, avevano appena potuto aprire un'attività autonoma:

*"Il desiderio di mettersi in proprio è nella mentalità cinese, è come il nostro DNA. Vogliamo sempre creare un'impresa, piccola o grande che sia. Per la maggioranza si comincia dalla famiglia e si fa un'impresa familiare, soprattutto per lasciare un lavoro sicuro ai figli. Perché nella nostra mentalità, secondo la tradizione cinese, il figlio maschio anche dopo sposato continua a vivere insieme coi genitori e lavora con loro e quindi il legame, tra genitori e figli, da entrambe le parti è più forte" (A,M,29)<sup>41</sup>.*

---

Nota

<sup>(41)</sup> Per mantenere l'anonimato delle persone intervistate, le interviste sono state codificate attribuendo in modo aleatorio ad ognuna di esse una lettera dell'alfabeto, dalla «a» alla «p». Accanto alla lettera, vengono indicati il sesso e l'età dell'intervistato.



Quando i giovani immigrati cinesi hanno preso in gestione l'attività familiare, essenzialmente nel commercio e nella ristorazione, hanno sempre desiderato imprimerle una diversa modalità di conduzione, sia orientandola verso le moderne tecniche del *management*, sia cercando di apportarle un tocco personale, più al passo con i tempi e con le mode, con le esigenze e le influenze della società circostante. In questo senso, molti deplorano il modo "tradizionale" in cui i genitori hanno gestito l'attività prima di passar loro la gestione. Come dice un giovane che ha preso le redini dell'attività commerciale familiare, pur continuando a svolgere degli studi di giurisprudenza:

*"Per la gestione dell'attività qualcosa mi hanno insegnato i miei, ma loro hanno un modo di lavorare tradizionale, non molto moderno, non molto evoluto. Intendo che hanno dei rapporti molto personali con le persone, con i clienti e i fornitori, sono tutte persone che conosco, ma anche che hanno una visione a breve termine, non hanno una visione ampia del futuro. Quelli con cui si hanno relazioni di lavoro e i clienti sono tutti conoscenti, si fa amicizia con i clienti, c'è sempre bisogno di conoscenti, la loro attività non funziona in modo meccanico come per le grandi aziende. Inoltre la capacità linguistica dei miei genitori è pari a zero, anche dopo venti anni che sono in Italia. Anche perché non hanno avuto il tempo di imparare l'italiano, perché hanno lavorato tantissimo per dare un futuro a me. Quindi io ho imparato la lingua e loro no e sono io il loro tramite con la società" (F,M,25).*

E ancora, una giovane donna che, forte della sua laurea in economia, gestisce il ristorante familiare in cui ha lavorato fin da piccola, spiega così la necessità di riprendere l'attività familiare, ma anche il desiderio di apportarle delle modifiche secondo il suo tocco personale:

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

*"Il forte desiderio di imprenditorialità è tipico dei cinesi ed in famiglia è particolarmente sensato perché ognuno può svolgere il suo ruolo. All'inizio lavoravo in sala, perché ero l'unica a parlare bene l'italiano. Per questo gestivo anche i rapporti con clienti e fornitori e le questioni burocratiche. Mia madre gestiva la parte finanziaria e mio padre stava in cucina. All'inizio lavoravo nel ristorante di famiglia per sopravvivenza, per dare una mano, ma anche per senso del dovere nei confronti dei miei genitori, mi sentivo obbligata. Con il tempo ho imparato il mestiere, il lavoro ha plasmato la mia mentalità, sono stata influenzata dall'incontro con i clienti, ho acquisito pensieri nuovi e informazioni nel confronto con la realtà italiana. Questo confronto è stato utile anche per percepire meglio i gusti e le aspettative, ma anche la mentalità dei clienti e migliorare la cucina, che si è evoluta seguendo le loro esigenze. Io cerco di fare delle innovazioni continue negli anni: cambio il menù, seguo le esigenze dei clienti, cerco di dare un'impronta personale alla gestione e alla tipologia di dipendenti che assumo. Per il futuro ho in programma di rinnovare il locale effettuando una ristrutturazione per metterci "più stile", per renderlo più moderno pur mantenendo il tocco cinese. Questo lentamente mi dà un ritorno in termini di soddisfazione personale: mi esprimo attraverso il mio lavoro" (P,F,33).*

Poco più della metà (otto) dei migranti che abbiamo intervistato sono invece venuti in Italia nell'ambito di un percorso migratorio autonomo; sono quindi arrivati in età tardo-adolescenziale o adulta (dai 17 ai 30 anni), con una concentrazione intorno ai 20-23 anni (dal 1986 al 2008). In questi casi la carriera dell'imprenditore cinese in Italia non si inserisce necessariamente in una relazione di continuità con una tradizione imprenditoriale

familiare. Al contrario, spesso gli imprenditori cinesi sono figli di impiegati statali, di operai e di agricoltori, raramente di commercianti o di lavoratori autonomi.

Per tutti, il percorso professionale in Italia prende avvio con un impiego dipendente, di frequente in un'azienda gestita da un parente ed in ogni caso sempre da connazionali e per la maggior parte nel settore della ristorazione. Le attività di ristorazione sono in effetti il punto di riferimento dei cinesi di primo arrivo, si inseriscono in un settore con elevate capacità di assorbimento di manodopera e si presentano come vere e proprie "enclave etniche" in cui la totalità del personale è cinese. Solo dopo un periodo che va dai 2 ai 14 anni (con una media di 5 anni), durante il quale sono riusciti a mettere da parte delle piccole economie ed eventualmente a pagare il debito contratto con i familiari per venire in Italia, i migranti che abbiamo intervistato hanno avviato una propria attività autonoma.

Gli studi effettuati non sono determinanti nel definire il campo d'attività dell'imprenditore, non solo perché i diplomi cinesi, anche universitari, non vengono riconosciuti sul mercato del lavoro italiano, ma anche perché la scarsa conoscenza della lingua nella fase iniziale dell'immigrazione è un ostacolo all'inserimento in ambiti lavorativi diversi da quelli "classici" dell'imprenditoria cinese. Inoltre, la necessità di lavorare immediatamente dopo l'arrivo in Italia per estinguere il debito contratto per l'emigrazione, ma anche per iniziare il prima possibile ad accumulare capitale in vista di realizzare l'arduo progetto professionale che ci si è prefissi, impone ai migranti di gettarsi immediatamente sul mercato del lavoro, accettando spesso la prima occupazione che si rivela disponibile, senza prendere il tempo necessario a fare ricerche prospettiche per l'inserimento professionale nel settore degli studi intrapresi o ad acquisire e migliorare la padronanza della lingua italiana.

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

Il livello di studi degli imprenditori che abbiamo intervistato è decisamente elevato: otto hanno un diploma universitario o stanno studiando per conseguirlo<sup>42</sup>, due hanno un diploma di scuola media conseguito in Cina, due un diploma superiore ottenuto sempre nel Paese d'origine e solo uno il diploma delle scuole medie ottenuto in Italia.

### *5.3 Le attività degli imprenditori: scelta del settore e epoca di apertura delle attività*

Lo spettro delle attività e dei percorsi imprenditoriali che abbiamo preso in esame è ampio e variegato e ci permette di osservare lo svilupparsi e l'evolversi dell'imprenditoria cinese a Torino su un arco di trent'anni, fornendoci una ricca e dettagliata visione d'insieme. Tuttavia in questa ricerca manca un esame dell'attività dei laboratori, poiché non siamo riusciti a contattarli. Ciò è da attribuirsi da un lato all'immensa mole di lavoro cui i titolari dei laboratori sono soggetti e quindi alla mancanza reale di tempo da dedicare all'incontro con

Nota

---

<sup>(42)</sup> Quattro migranti sono venuti dalla Cina possedendo già un diploma universitario, dagli studi letterari all'agricola, mentre quattro giovani imprenditori venuti in Italia al seguito dei genitori stanno studiando o hanno studiato all'università a Torino, in Giurisprudenza o in Economia. A questi ultimi se ne aggiunge un quinto, imprenditore di mezz'età che ha già un diploma universitario cinese ma che si è appena iscritto a Giurisprudenza al fine di diversificare le proprie competenze professionali. Gli studi di Giurisprudenza intrapresi da questi imprenditori, giovani e meno, sono sempre volti, nelle intenzioni degli stessi, al raggiungimento di una qualifica professionale da spendere a vantaggio della comunità cinese di Torino, che incontra non poche difficoltà nel conoscere, nell'assimilare e quindi anche nel rispettare le diverse normative giuridiche, specialmente in ambito lavorativo. Gli studi di economia, invece, in genere riguardano il commercio e le relazioni internazionali, settori in cui i giovani imprenditori non sono ancora attivi, ma che un giorno costituiranno probabilmente il loro orizzonte di attività. Relativamente al campione da noi preso in esame tramite la ricerca qualitativa, l'inserimento scolastico dei giovani cinesi cresciuti in Italia sembra quindi riflettere quello dei loro coetanei italiani: prevale cioè la scelta di continuare gli studi oltre la scuola dell'obbligo.

il ricercatore, dall'altro alla "segretezza" che circonda le attività di queste imprese. Forse a causa della reputazione di illegalità di cui queste attività, bersaglio favorito di parte della stampa, sono oggetto, forse a causa della diffusione di reali pratiche di lavoro in nero.

Le attività che abbiamo preso in esame si inseriscono nel settore del commercio all'ingrosso di pelletteria e abbigliamento (due), del commercio al dettaglio di abbigliamento e mobili (tre), della ristorazione (quattro), dei servizi di consulenza amministrativa e finanziaria per la comunità cinese (due), della gestione di un bar (una), di un albergo (una) e di un parucchiere (una). Si tratta di attività avviate dal 1990 ad oggi, anche se le carriere di alcuni imprenditori prendono inizio nei primi anni Ottanta.

Dall'esame degli anni di apertura delle attività degli imprenditori che abbiamo intervistato, si osservano situazioni diverse. Sul nostro campione, tra le imprese ancora attive, l'attività di vendita all'ingrosso di pelletteria è la prima ad essere stata avviata, oltre ad essere la prima attività del settore gestita da cinesi a Torino. Avviata nel 1990, dopo una prima fase di consolidamento, dal 1996 fino agli anni 2000 ha svolto attività d'*import-export*, esportando verso l'Europa dell'Est, la Francia e la Cina. Le esportazioni sono cessate nel 2000 a causa di una sensibile riduzione del mercato. La produzione è sempre stata eseguita da laboratori cinesi basati in Italia, sia a Milano, dove il settore è però oggi in crisi, sia a Prato, Macerata ed Alba Adriatica (Teramo). Il grossista in questione non ha mai pensato di spostare la produzione a Torino, a causa della mancanza di fornitori di materiale ed accessori in loco ed è per questo che, racconta, i laboratori cinesi che producono articoli in pelle a Torino, lo fanno per conto terzi, ricevendo dalla "casa madre" tutto il materiale e gli accessori su cui lavorano. Questa impresa di vendita all'ingrosso di pelletteria, nata per gemmazione

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

da un'analogia impresa familiare basata a Milano, è stata una delle attività più innovative della sua epoca, quando Torino era un mercato ancora vergine ed è stata avviata proprio in questa città in seguito ad una prospezione di mercato nell'area dell'Italia settentrionale, realizzata personalmente dall'aspirante imprenditore e da alcuni membri della sua famiglia.

Abbiamo già detto che gran parte degli imprenditori ha cominciato la propria carriera professionale lavorando alle dipendenze di un connazionale nel settore della ristorazione. Grazie all'esperienza maturata nel settore (come cuoco o cameriere), molti migranti decidono quindi frequentemente di investire a loro volta in un'attività autonoma di ristorazione. Solo una delle persone intervistate ha lavorato come operaia in un laboratorio tessile della zona prima di diventare titolare di un ristorante, a dimostrazione del fatto che l'attività e la capacità di reclutamento del settore dei laboratori, che a Torino sono sempre state limitate, sono andate sempre più calando nel tempo, come mostrano anche i dati della sezione quantitativa. I cinque ristoranti di cui abbiamo intervistato i titolari sono stati aperti in un periodo che va dal 1994 al 2011, sebbene uno di essi nasca dalla chiusura e seguente riorganizzazione di un primo ristorante familiare aperto nel 1981 e altri due da altrettanti ristoranti familiari avviati nella seconda metà degli anni Ottanta. Si vede quindi come questo settore, sebbene le imprese che vi si inseriscono si differenzino per il servizio offerto (dalla cucina tradizionale cinese, alla cucina giapponese e alla pizza, servite in ambienti dal più classico cinese, al *sushi* più alla moda, fino al cinese più moderno) ed il tipo di gestione, rimanga un'opzione imprenditoriale valida ed attrattiva nel tempo, attraverso processi di rinnovamento e *re-styling* delle attività.

L'albergo merita un'attenzione a sé, perché è la prosecuzione di un'attività di ristorazione iniziata nel 1988 nell'ambito di una società familiare e sviluppatasi nel 1991 in un'attività

autonoma individuale. Gettarsi in un'impresa alberghiera corrisponde allora alla volontà del migrante di differenziare la propria attività nel contesto dell'imprenditoria cinese, essenzialmente concentrata sulle attività di ristorazione, ma anche al desiderio di aprire un'attività che apporti maggiori introiti necessitando di una minore mole di lavoro. Decidere di aprire un'attività di questo tipo implica però anche la disponibilità di un cospicuo capitale, costituito dai risparmi che il migrante, arrivato in Italia nel 1984, ha potuto accumulare in dieci anni di lavoro intenso.

Il negozio di mobili ed il bar sono stati aperti nel 2004-2005, segno della recente diversificazione delle attività dei migranti cinesi, che deriva da un lato dalla saturazione di settori tradizionali come quello della ristorazione e del commercio, dall'altro dalla diversificazione dei profili dei migranti stessi. A capo di queste due attività infatti si trovano donne, immigrate intorno ai vent'anni di età, di istruzione superiore, che, dopo una media di dieci anni come lavoratrici dipendenti, sia presso connazionali sia presso italiani, hanno deciso di buttarsi nel lavoro autonomo, desiderando però distinguersi dalla "massa" dei connazionali e uscire dalle nicchie imprenditoriali "eticamente caratterizzate" della ristorazione e del commercio di abbigliamento cinese, ricercando al contempo una diversa clientela nonché nuove possibilità di guadagno.

L'esercizio di parrucchiere è stato aperto nel 2008 da un migrante arrivato a Torino nel 2006, chiamato dalla sorella che era precedentemente immigrata e che aveva già aperto da cinque anni una sua attività. La presenza della sorella ha permesso al nuovo arrivato di beneficiare di un appoggio economico e logistico che ha nettamente accorciato il periodo in cui ha lavorato alle dipendenze di un connazionale (sempre nell'ambito di un salone di parruc-

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

chiere), per potersi poi permettere di avviare la propria attività. Essa si situa in continuità con la formazione acquisita e con una professionalizzazione già consolidata nel Paese d'origine.

Le attività commerciali, che nel nostro caso sono rappresentate da esercizi di vendita di abbigliamento al dettaglio e all'ingrosso, sono state aperte nel 2003, dopo tre - quattro anni durante i quali i titolari hanno lavorato come spuntisti nei mercati rionali regionali. Essi testimoniano il fatto che il commercio si è diffuso come opzione imprenditoriale tra i migranti cinesi negli ultimi anni. Per gli imprenditori che abbiamo intervistato, la scelta di investire nel settore commerciale deriva da precedenti specializzazioni familiari, ovvero dalla presenza di parenti già inseriti nel settore, magari in altre piazze italiane, nonché dall'inserimento in una rete relazionale concentrata nel commercio, ma anche da un calcolo razionale che mette in relazione le esigenze del mercato, con le competenze, le capacità ed i costi dell'attività per l'imprenditore, soprattutto quando la conoscenza della lingua è scarsa e vi è la possibilità di concentrarsi in una nicchia di relazioni professionali "etiche".

Infine, un discorso a sé meritano le due imprese di servizi di consulenza amministrativa e fiscale, che si rivolgono alla comunità cinese. Sono state aperte rispettivamente nel 1994 e nel 2007 da due imprenditori di età e di origine professionale diversa (uno, oggi quasi cinquantenne, immigrato in Italia nel 1984 all'età di 20 anni, con alle spalle un percorso professionale caratterizzato da grandi mobilità, intraprendenza e diversificazione imprenditoriale; l'altro, poco più che ventenne, immigrato in Italia nel 1996 all'età di 8 anni e che si trova già alla seconda esperienza di lavoro autonomo). La scelta di investire nel settore della consulenza fiscale e amministrativa ci sembra quindi appartenere ai migranti che hanno un'istruzione più elevata, un buona conoscenza dell'italiano ed un elevato grado di



inserimento sociale nel contesto locale. Non deve sfuggirci però che l'impegno in un'attività di questo tipo garantisce anche all'imprenditore un'estrema visibilità nell'ambito della comunità immigrata, permettendogli di diventare non soltanto un punto di riferimento per i propri connazionali immigrati, che spesso non posseggono tutti gli strumenti necessari per rapportarsi in maniera efficace alla società locale, ma anche degli interlocutori privilegiati delle autorità amministrative e politiche locali, oltre che delle rappresentanze cinesi. Investire in questo tipo di carriera sociale, insomma, rappresenta anche un modo per coltivare ed accrescere il proprio capitale sociale<sup>43</sup> ed il proprio prestigio.

### *5.4 Inserimento locale e prospettive future*

I dati relativi al campione di imprenditori che abbiamo intervistato mostrano che l'orizzonte della vita futura nella maggior parte dei casi è l'Italia, e Torino in particolare, attestando in tal modo la scarsa propensione alla mobilità interna, una volta avviata un'attività soddisfacente, al contrario di ciò che sembrerebbero indicare gli studi condotti in altre zone d'Italia ed in particolare a Prato (Ceccagno e Rastrelli, 2008; Marsden e Caserta, 2010). Sette imprenditori su quattordici progettano di passare il resto della loro vita in Italia, tre auspicano di potersi spostare frequentemente tra Cina e Italia, alternando periodi di più mesi in ognuno dei due Paesi, e solo un imprenditore desidera ritornare in Cina, una volta andato in pensione. Oltre alla presenza di figli nati e/o cresciuti in Italia, le persone intervistate spiegano il de-

---

#### *Nota*

<sup>(43)</sup> Inteso come "l'insieme delle risorse attuali e potenziali legate al possesso di una rete stabile di relazioni più o meno istituzionalizzate di conoscenza e riconoscenza reciproca" (Bourdieu, 1986).

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

siderio di restare a vivere in questo Paese, con il fatto che si sono ormai abituate alla loro nuova vita e che, tanto è cambiato il loro modo di vivere in Italia, quanto si è trasformato, durante la loro assenza, il contesto di partenza, nel quale fanno ormai fatica ad orientarsi. Ricordiamo infatti che, degli imprenditori intervistati, cinque sono presenti in Italia da 13-16 anni; tre da 20-22 anni; quattro da 25-27 anni; uno da 38 anni ed un altro da 5 anni. Senza contare i giovani che sono emigrati in Italia da bambini e che hanno sempre vissuto in questo Paese, è chiaro che anche per gli altri il ritorno in Cina è sempre fonte di sorpresa e di straniamento, soprattutto se si considerano i radicali cambiamenti, cui è andata incontro l'area da cui provengono, i villaggi d'origine (i *qiaoxiang*, letteralmente "villaggi di emigranti", cfr. nota 14), ed in particolare la città di Wenzhou, grazie sia all'effetto delle rimesse e degli investimenti degli emigrati (Cologna, 2005), sia al rapidissimo sviluppo economico endogeno.

Come dice un imprenditore affermato originario della città di Rui'an, oggi quarantaduenne e che si trova in Italia dal 1986:

*"È impossibile che con la mia famiglia torniamo in Cina. I miei figli vogliono stare qui, o al limite in Europa, e con mia moglie magari facciamo tre mesi lì e il resto qui, perché ormai è difficile entrare in quell'ambiente, è problematico, non siamo più abituati. Ho anche portato qui mia madre che è anziana ed ora anche lei si è abituata, come noi. Ormai dopo tanti anni quando torniamo in Cina riusciamo a stare solo un mese, non riusciamo più a entrare nel loro ambiente, è cambiato tanto. Ho ancora la casa lì, anche amici e parenti. In casa mia ci stanno dei parenti che la guardano, ci abitano proprio dentro, ma io non ci vado spesso" (B,M,42).*

## Capitolo V

---

Un altro imprenditore cinquantenne, che è a Torino dal 1984, proprietario di un albergo, racconta:

*"Vengo da Rui'an. Prima, vent'anni fa, dove abitavo io era campagna, ma ora città e campagna si sono unite e quando torno non so più dov'è casa mia, perché ci sono strade, case alte, grattacieli, prima non c'era niente. L'ultima volta sono andato sei anni fa: non vado spesso perché qui l'attività è un impegno costante. Piuttosto viene la mia famiglia a trovarci qua. I miei genitori adesso sono qui, loro vanno e vengono. E poi tutta la famiglia, genitori e fratelli, è venuta qui a Torino, perché sono sempre stato qua e ho portato anche loro, in Cina mi restano solo dei cugini. Sono a Torino da 25 anni, ormai la conosco bene, per il futuro starò in Italia o in Cina, non andrò in altri paesi. Ma andare in Cina è difficile, sono fuori da tanti anni ed è cambiato tutto. Inoltre i miei figli sono cresciuti qua, loro di sicuro in Cina non ci vanno, quindi la famiglia nostra sarà qui" (M,M,50).*

Ed ancora, un'imprenditrice quarantenne, venuta a Torino nel 1991 in età adulta:

*"In Cina io ed i miei fratelli stavamo con i nonni, nel paesino di cui siamo originari, nel distretto di Wencheng. I miei genitori sono venuti perché non avevano lavoro, era più facile venire qui, si facevano più soldi e c'era una migliore qualità di vita. Ma quando sono arrivata sono stata delusa. Venire era un sogno, sognavo il paradiso, con guadagni alti, ed invece ho visto che qui era difficile. Poi però ho scoperto la libertà, mentre in Cina si sente molto la pressione ed il controllo sociale. Ora i miei sono tornati in Cina: è meglio andare a vivere e morire in Cina, nel proprio paese. Vivono meglio lì, qui dovevano sempre pagare l'affitto, invece lì hanno la casa; qui le strade sono strette, l'aria non è buona, nel nostro paese invece sì. Però a me piace il modo di vivere occidentale e non ritornerei in Cina, anche se*

## Il profilo sociale degli imprenditori cinesi intervistati

---

*mi manca, mi manca il mio paese, il verde, i compagni di scuola, le amiche di scuola, che sono restate lì. Ho visitato altre città italiane, ma ho vissuto solo a Torino e mi piace. Sono dieci anni che non torno in Cina, perché il lavoro non me lo permetteva. E poi vorrei anche vedere altre città, Shangai, Pechino..." (C,F,39).*

Ma il desiderio di restare in Italia non riguarda solo persone che si sono stabilite qui da lungo tempo; per esempio, anche un'altra imprenditrice, oggi trentasettenne, arrivata nel 1996, sintetizza così i suoi progetti per il futuro:

*"In Cina vivevo in un villaggio nel distretto di Wenzhou, ora ho anche fatto venire i miei genitori, perché io ci penso alla famiglia. Quando sarò anziana voglio restare qui ed anche mio marito è d'accordo. Preferisco vivere qua perché sono già abituata, anche perché la Cina è diventata molto grande adesso, economicamente intendo. È meglio stare qua. In Cina si vive bene, la sera usciamo, possiamo andare in qualsiasi posto, c'è più divertimento. Ma la qualità della vita è meglio qua. Anche come persone, mi trovo meglio qua" (N,F,37).*

Riguardo al futuro professionale, la metà delle persone intervistate desidera continuare con l'attuale attività, mentre cinque di esse desiderano cambiare attività, o addirittura settore, e tentare, chi un'impresa di produzione di abbigliamento, magari spostandosi a Prato, chi una catena di fast-food asiatici da installare nelle più grandi città italiane. Altri optano per una formazione di avvocato, al fine di essere uno tra i primi avvocati cinesi di Torino (per ora non ce ne sono ancora, ma gli studenti sono tre), o impiegato statale. E questo è forse il caso più interessante di cambiamento di traiettoria, in termini sociologici, perché rompe con l'immagine della "vocazione" all'imprenditoria e mostra invece come una madre di famiglia, ormai installata in Italia da quindici anni, desideri lasciare il modello di vita che ha seguito

fino ad oggi, fatto di duro lavoro e di sacrificio in ogni altro ambito della vita (ha infatti dovuto lasciare i figli in Cina nei primi anni di lavoro, a causa delle difficoltà di occuparsene, come d'altronde succede a molti imprenditori cinesi), per acquisirne uno più simile a quello della maggior parte delle donne locali, che le conceda ampio tempo da dedicare alla cura della famiglia e ad attività extra-lavorative.

Benché il nostro campione sia esiguo, le risposte riguardo ai progetti futuri mostrano un modello di installazione economica e residenziale diverso da quello di altri contesti, come quello pratese per esempio (Marsden e Caserta, 2010). Nel contesto di Prato, ci si stabilisce grazie alla presenza di reti migratorie per lavorare in modo intenso in grandi laboratori, in cui i dipendenti sono numerosi (Monash, 2008). Per questo la volontà di mobilità è anche più forte: Prato sembra essere una tappa di passaggio, spesso necessaria per molti nuovi arrivati, ma il cui modello di vita non si rivela desiderabile per lungo tempo. Invece il modello torinese, maggiormente basato sul possesso di piccole imprese, in un ambiente meno saturato a livello economico e che spazia su molteplici settori di attività, si rivela più vivibile e maggiormente desiderabile per il futuro.

Tuttavia non manca chi deplora la situazione economica torinese e, pensando al fermento dello Zhejiang meridionale, rimpiange di non esserci restato, e ciononostante è scoraggiato all'idea di tornarci. Un imprenditore nel campo del commercio, oggi trentottenne, originario della città di Wenzhou, che è arrivato a Torino nel 1993, ci racconta:

*"Qui a Torino c'è poco lavoro: vedi, per la strada le macchine non si muovono, non passa nessuno, in Cina invece se esci è come una distesa di teste, tutti che si muovono da tutte le parti. Nel 1996 sono tornato in Cina e mi sono sposato con la fidanzata che avevo già*

*li, così poi l'ho fatta venire con il ricongiungimento familiare. Ma il resto della mia famiglia è in Cina, io sono il primo ad essere venuto. Gli altri sono rimasti in Cina e non vogliono venire, perché in Cina si sta meglio, c'è il lavoro, la casa, perché venire qui? Io sono venuto per scherzo. Perché avevo uno zio qui e gli ho detto, per scherzo, che volevo venire, ma non volevo in realtà. Ma lo zio e mio padre hanno fatto i documenti e tutto, hanno messo insieme i soldi e a quel punto mi sono trovato quasi obbligato a dover partire. Così nel 1996 sono tornato per un anno e mezzo in Cina e volevo restarci, ma mio padre mi ha detto di ritornare in Italia perché ormai ci aveva investito tanti soldi, quasi 10.000 euro solo per il mio viaggio, ora bisognava renderli. Per il futuro non so cosa farò... forse andrò in Cina, forse resterò in Italia. L'importante è trovare una zona bella, dove si paga poco, perché da vecchio non puoi fare niente. Però in Cina ora tutto è cambiato, è diverso, c'è troppa gente, tutto si muove... A Wenzhou poi ci vogliono soldi, tutti vogliono un guadagno, anche le banche, se non ho soldi è inutile che ci torni" (G,M,38).*

Tra gli arrivi più recenti, però c'è chi non ha ancora messo radici a Torino e non esclude un futuro di mobilità, in Europa o in Cina. Il titolare di un negozio di parrucchiere, un trentacinquenne originario di un villaggio di campagna nel distretto di Wenzhou, afferma:

*"Per il futuro vediamo, se l'Italia va bene continueremo a stare qui, se l'Italia non va bene allora cercheremo un posto migliore. Noi non sappiamo come sarà l'Italia di domani, se andrà bene noi continueremo a stare in Italia, se dovesse andare male può darsi che tanti cinesi se ne andranno in un posto migliore. Adesso ci sono molti cinesi che vanno in Cina per investire, però quelli che vanno in Cina sono tutte persone che hanno i soldi, perché adesso gli investimenti in Cina sono ben più grandi di quelli in Italia, e sono anche più difficili da*

## Capitolo V

---

*fare, perché in Cina la concorrenza è alta, quindi le persone normali, una volta tornate in Cina hanno grandi difficoltà a realizzarsi... Io per ora mi limito a fare bene qui, se dopo ci fossero delle occasioni allora magari investirò in Cina...o no? Noi cinesi siamo sempre in cerca di opportunità, vediamo dove sono quelle buone, e se abbiamo o no la forza per approfittarne" (O,M,35).*

## I percorsi imprenditoriali dei migranti intervistati

*di Melissa Blanchard*

### *6.1 Il valore del lavoro indipendente e la strada verso l'impresa*

In questo capitolo desideriamo approfondire il percorso di accesso all'impresa, facendo anche direttamente riferimento ai casi particolari dei diversi migranti. In genere, come abbiamo visto, il migrante appena arrivato lavora come dipendente (*zagong* - operaio generico) per un connazionale e, nei casi che abbiamo preso in considerazione, molto spesso nell'ambito di un'impresa di ristorazione. Non è raro infatti che i migranti abbiano seguito un corso di cucina cinese prima di partire per l'Europa, indipendentemente dal desiderio di farne il loro futuro. Sembra piuttosto che la formazione di cuoco, ed oggi sempre più quella di parrucchiere, sia un ottimo biglietto da visita al momento dell'entrata in Europa, dove permette di essere reclutato più rapidamente. In ogni caso, benché il lavoro dipendente nei circuiti comunitari sia assicurato e permetta loro di guadagnare bene, i migranti vogliono al più presto trovare un'occasione per mettersi in proprio, per ottenere uno status sociale prestigioso ma anche per avere la possibilità di guadagnare di più.



## Capitolo VI

---

Come spiega un imprenditore ventitreenne, diplomato della facoltà di economia di Torino, che si è messo in proprio fin dai vent'anni d'età:

*"Ho iniziato con un'impresa di pulizie, in cui facevo tutto io, nel 2005. All'epoca lavoravo e studiavo. Il lavoro indipendente mi ha attirato perché è legato ad una visione di vita: tra la gente delle nostre parti, di Wencheng e di Wenzhou, lo spirito imprenditoriale è molto alto. All'epoca ero spinto ad avviare un'attività anche perché i miei genitori erano tornati in Cina lasciando qua due mutui da pagare, più varie spese. Avevo un buon lavoro, facevo il cameriere, lavoravo solo sei ore e prendevo 1.200 euro al mese. Solo che una volta pagati 800 euro per le case, più la macchina, l'assicurazione e altre spese varie, non resta più niente. Un lavoro fisso ti garantisce un'entrata fissa, ma mai di più. Invece con un'attività in proprio, se ti va bene, puoi guadagnare molto di più. C'è rischio, puoi anche perdere, ma i cinesi hanno fiducia in se stessi e si dicono che se si fa, si fa. Su duecento ristoranti cinesi di Torino, nessuno è mai fallito, ci sarà un motivo. "La fiducia è quello che porta avanti l'economia", si dice in economia" (E,M,25).*

Ed infatti, dietro la scrivania nell'ufficio di servizi di consulenza amministrativa e fiscale offerti ai connazionali, è affisso un quadro di bambù che enuncia, in cinese, i *Trentasei Stratagemmi*, famoso trattato di strategia redatto da molteplici autori cinesi nel corso dei secoli (Fayard, 2010) che insieme all'antico *l'Arte della guerra* di Sun Tzu (scritto più di quattro secoli prima della nascita di Cristo), forma un *corpus* sapienziale capace di indicare linee di condotta che i cinesi, ma sempre più anche gli occidentali, consultano per affrontare varie situazioni in cui interagiscono volontà diverse. Queste strategie possono infatti applicarsi nel mondo della politica, nell'arte militare, nell'economia, nell'impresa e nel *management*, ma anche nell'amministrazione e nelle relazioni interpersonali e, come tiene a sottolineare questo giovane imprenditore,

sono anche studiate nella facoltà di Economia di Harvard. Esse si basano sui principi dell'economia (nel senso di una corretta gestione delle risorse, dell'ottimizzazione dell'impiego dei mezzi che si hanno a disposizione) e dell'armonia (ovvero sulla capacità di ordire un tessuto di relazioni eque e ritualizzate, in grado di saldare e di articolare in un insieme coerente e reattivo un'impresa, una famiglia, o un esercito). L'essenza degli stratagemmi è intrinsecamente legata ad una specifica visione del mondo, a una filosofia che è anche una cosmogonia filosofica, quella dello *yin* e dello *yang*, che interpreta il mondo come una continua trasformazione ed un passaggio da un opposto all'altro. Bisogna adeguarsi alla realtà, conformarsi per poterla dirigere più efficacemente, e non cercare di trasformare la realtà dall'esterno, come è tipico della mentalità occidentale. La strategia è quindi quella di adattarsi, per condurre il gioco (Jullien, 1998). La capacità di comprendere la realtà e di capire in profondità, interpretare i segni dei mutamenti in corso, permettono di gestire una situazione, di anticipare e assecondare le dinamiche di trasformazione. È quindi decisamente più vantaggioso anteporre agli interessi individuali e immediati la capacità di essere ricettivi e la disponibilità verso l'ambiente circostante, come suggeriva nel capitolo precedente il discorso del giovane parrucchiere. Un'eccessiva fermezza nelle intenzioni, invece, blocca il mondo dei possibili e impedisce di identificare potenziali disponibili di cui servirsi per agire con l'ambiente esterno. Vediamo quindi come alla base di molte delle caratteristiche dell'agire economico degli imprenditori cinesi ci siano corrispondenze, più o meno coscienti e volute, con una filosofia di vita antica dal portato ancora molto attuale.

Tornando alla genesi delle imprese, un'imprenditrice di trentasette anni racconta così la sua esperienza ed il suo modo di interpretare il lavoro autonomo:

*"Sono in Italia quasi da quindici anni, quando sono venuta avevo ventidue anni. Sono venuta da sola. In realtà dico sola, ma c'era un parente da cui sono venuta, perché non posso venire da sola e gestirmi da sola, a causa della lingua, ma anche del mangiare, per l'abitazione. Minimo ci deve essere una persona che ti tiene una settimana. Quando sono venuta, sono arrivata a Milano, dove c'era un fratello, non un fratello di sangue, ma uno che chiama i miei genitori "papà" e "mamma". Sono stata una settimana da loro, poi mi hanno cercato lavoro e mi sono trasferita nel posto di lavoro, perché dormo e mangio con il padrone. Il cinese è fatto così. Se devi prendere casa e mangiare, alla fine non ti resta più niente. All'inizio facevo la cameriera, la barista. Poi da Milano mi sono trasferita a Torino perché un'amica cinese, che avevo conosciuto a Milano, ha un ristorante a Torino ed in quel periodo aveva bisogno di una persona che l'aiutasse. Però pensavo che non potevo stare sempre sotto a un padrone, che lavoro, lavoro e non penso a niente. Quando lavoro anche io devo diventare padrone. Per cui ho iniziato a cercare un'attività da aprire per conto mio, ed ho pensato ad un bar. Ho scelto un bar perché a quel tempo il bar era qualcosa che potevo portare avanti da sola, in quel momento non c'era nessuno che potesse aiutarmi sul lavoro" (N,F,37).*

E ancora, racconta un altro imprenditore cinquantenne:

*"Sono venuto a Torino nel 1984, perché avevo un parente, un cognato, che mi ha portato qui, ha fatto domanda con i documenti e il lavoro. Ho fatto il cuoco nel suo ristorante per quattro anni. Poi abbiamo fatto una società e abbiamo aperto un ristorante, lui ha tirato fuori i soldi ed io e mia moglie anticipato pochissimo. La società è durata fino al 1991, poi nel 1991 ho aperto un ristorante da solo, ho preso dei dipendenti, poi è venuta mia sorella per aiutare. Lei era già qui da prima. Ho tenuto il ristorante fino al 2004, poi ho iniziato il lavoro con l'alber-*

*go. Perché il lavoro autonomo è nella nostra cultura. Il cinese non vuole star sotto altre persone, vuole essere sempre il primo. Anche perché se sei dipendente in un mese il tuo guadagno è finito, se invece fai il commercio puoi anche guadagnare di più, magari perdi anche. Lì si gioca. Però devi provare. È proprio la nostra cultura. I cinesi che qui sono dipendenti lavorano per guadagnare per poi puntare su un negozio piccolo o qualcosa. Prima si risparmia tanto e si mette da parte per poi aprire qualcosa. Noi siamo tutti così. Si lavora tanto e non si fa mai vacanza” (M,M,50).*

Infine, come chiosa, una giovane imprenditrice che ha passato ormai vent'anni in Italia:

*“Ai cinesi non piace essere dipendenti, l'obiettivo è sempre di essere imprenditori, perché non piace essere sotto qualcuno, soprattutto se è un compaesano, se si tratta di una ditta italiana è diverso. Essere imprenditori vuol dire avere successo, un successo da spendere soprattutto in Cina, perché la gente parli bene di loro. Perché sappiano che “anche lui è diventato grande”: per noi le apparenze hanno molta importanza” (C,F,39).*

Come appare da questi e da altri estratti delle interviste, i migranti cinesi parlano spesso della propensione al lavoro autonomo come di un fatto “naturale” (ricordiamoci del giovane che fa la metafora del DNA), amalgamando con facilità cultura e natura. E alla cultura cinese, e più in particolare a quella della Cina meridionale, fanno riferimento quasi tutti gli imprenditori, per attribuirle una sorta di potere determinante che spingerebbe i migranti dello Zhejiang a dedicarsi al lavoro autonomo, a lavorare e faticare, senza concedersi vacanze né tempo libero, pur di diventare *laoban*. Quello che ci interessa qui, non è definire quanto la cultura influenzi il comportamento degli imprenditori cinesi, ma sottolineare il fatto che essi si richiamano all'importanza di essa come spiegazione del proprio comportamento, come generico orizzonte

di definizione comune e comune denominatore dei cinesi in Italia. Ed è proprio nella cornice di questo orizzonte di senso condiviso che acquisisce tutto il suo significato il fatto di “lavorare sodo e masticare amaro” (*chiku nailao*) ovvero di sacrificarsi pur di raggiungere l’obiettivo del lavoro autonomo (Cologna, 2006a). In questo panorama di senso condiviso, quindi, sembrano giustificarsi scelte anche difficili sul piano personale, che spingono le famiglie a dividersi, i genitori a lasciare i figli in Cina affidandoli alle cure dei nonni, i giovani a sacrificare la propria vita personale e sociale a beneficio del lavoro. Anche perché, paradossalmente, “si lavora per i figli”, per lasciar loro qualcosa, un piccolo capitale, ma anche un lavoro sicuro. In questo orizzonte comune, si radica altresì la possibilità di esistenza di queste imprese, che si fondano, come approfondiremo nel prossimo paragrafo, sul concorso economico di interi gruppi sociali (formati dalla famiglia e dagli amici più stretti del migrante). Sembra quindi che l’importante sia guadagnare e “non stare sotto nessuno”, soprattutto non essere alle dipendenze di un “compaesano”. Si ritorna sempre all’importanza dello sguardo degli altri, del loro riconoscimento. È la questione della “faccia” (*mianzi*), che si radica nell’importanza di mostrare ai propri pari, in Cina anche più che negli ambienti della diaspora, che “si è diventati grandi”, nel senso di autonomi, ricchi, imprenditori di successo. Guadagnare bene da dipendenti, come mostrano le interviste, non basta (“perché accontentarsi di 1.500 euro fissi al mese e di una vita tranquilla”, dice un giovane imprenditore): anche a rischio di perdere le somme che si investono, bisogna cercare di guadagnare di più.

Si tratta di una visione del lavoro autonomo, quindi, che si fonda anche sulle nozioni di rischio e di scommessa. Come dice un imprenditore “tutto si gioca lì”. Sono nozioni che non sarebbero efficaci senza il principio della fiducia, del crederci, del buttarsi, che secondo al-

cuni imprenditori è uno dei tratti distintivi che maggiormente differenziano l'impresa cinese da quella italiana, la quale per converso è più fondata sulla stabilità e sul mantenimento di quanto acquisito. L'impresa è forse quindi un po' un gioco d'azzardo, in cui si puntano le più grandi somme che si sono riuscite a raccogliere, mirando al massimo guadagno ma senza una grande preparazione iniziale, senza avere effettuato veri studi di mercato o possedere specifiche competenze nel settore.

Sacrificio e rischio, in vista del massimo guadagno e di un ritorno da imprenditori di successo in Cina, sembrano quindi essere i tratti distintivi dell'impresa cinese come emergono dagli estratti delle interviste. Solo che una prima contraddizione emerge, come abbiamo visto, dal fatto che molti di questi imprenditori "grandi giocatori d'azzardo" non rientreranno mai a vivere in Cina. Ed infatti presso alcuni imprenditori, soprattutto giovani, la concezione del lavoro autonomo sta cambiando, e si fanno strada pian piano desideri di avere una vita personale accanto al lavoro, o perché no, dopo essere passati da una fase da imprenditore (come per dovere di realizzare il sogno ed il modello di riuscita di una generazione diversa dalla propria), diventare impiegato statale, con un posto ed uno stipendio fisso, che lascino anche il tempo per dedicarsi alla famiglia, ai viaggi, o ad altre passioni.

### ***6.2 Diverse traiettorie d'impresa: monopoli, ramificazioni familiari e iniziative individuali***

Il passaggio dal lavoro dipendente all'impresa avviene seguendo modalità diverse, che dipendono dalla storia imprenditoriale della famiglia del lavoratore. Esso avviene quindi tramite iniziative individuali, nell'ambito delle quali l'imprenditore è l'apripista di un faticoso percorso

professionale, o per gemmazione da imprese familiari, intendendo con famiglia non solo il gruppo nucleare, ma l'insieme di zii e cugini cui l'imprenditore può rivolgersi. Ciò influenza anche il settore in cui s'inserisce l'attività.

Tra i casi d'iniziativa individuale possiamo citare quello del giovane imprenditore di 23 anni, originario del distretto di Wencheng, che ha cominciato il suo percorso autonomo con un'impresa di pulizie nel 2005. Il giovane imprenditore non si inserisce in una tradizione imprenditoriale familiare, al contrario, è venuto a Torino all'età di otto anni per raggiungere i genitori che erano immigrati in Italia, dove lavoravano come dipendenti in un ristorante di parenti. Dopo aver lavorato come cameriere in un ristorante cinese, mentre segue gli studi universitari questo giovane oramai italo-cinese decide di aprire un'impresa di pulizie, in cui lavora da solo, impiegando al bisogno la manodopera di connazionali. Nel 2007 abbandona l'impresa di pulizie ed apre con dei soci, sempre cinesi, un'impresa di servizi e consulenza fiscale per i connazionali, nella quale lavora attualmente. Per il futuro ha già in mente di cambiare attività e programma di aprire una catena di fast-food asiatici da diffondere nelle più grandi città italiane. Per questo giovane professionista l'imprenditoria è una dimensione di vita, una seconda pelle, l'unica via attraverso cui realizzarsi. Questa dimensione s'iscrive in una tradizione familiare, sebbene non sia un'eredità diretta della famiglia nucleare, come spiega lui stesso:

*"Qui in Italia ci sono altri membri della mia famiglia che hanno imprese, sono tantissimi, se si considera come famiglia un gruppo abbastanza esteso. Sono parrucchieri, centro massaggi, ristoranti, laboratori, sartorie, tutto. Siamo una famiglia vasta, se intendi anche i cugini, siamo circa una sessantina, tra Torino, Milano e Prato, siamo sparsi in tutta Italia. In Cina*

*è rimasta solo una nonna materna, altri non ci sono più. Come potenza economica, quella della nostra famiglia nella comunità è già piccola, perché ci sono delle famiglie cinesi che magari tutti insieme arrivano a 30-40 milioni di euro. Quindi per aprire un'impresa puoi contare su un certo supporto, se a questo aggiungi anche dei soci, hai un grande capitale che ti rende parecchio competitivo" (E,M,23).*

Un altro caso di iniziativa "individuale" è quello di un imprenditore originario di Wenzhou che lavora in un negozio di vendita al dettaglio e all'ingrosso di maglieria. Nel settore del commercio di abbigliamento, come abbiamo detto, il percorso classico prevede il passaggio dallo statuto di ambulante, spesso spuntista nei mercati, a quello di commerciante in un esercizio e tale è stato anche l'itinerario di questo imprenditore. Immigrato nel 1993, lavora per sei anni come cuoco nel ristorante di un parente. Dal 1999 al 2003, lavora come ambulante senza posteggio fisso, sia a Torino che nei comuni limitrofi, vendendo capi d'abbigliamento. All'epoca si riforniva da grossisti italiani di Torino, anche perché il settore della produzione tessile cinese non si era ancora espanso. Dal 2003, grazie al sostegno economico di amici e parenti, ha acquistato un negozio nella zona di Porta Palazzo ed ha iniziato a rifornirsi direttamente dai produttori cinesi di Prato, alcuni dei quali conosceva già direttamente, grazie ad una permanenza a Firenze di un anno, nei primi tempi successivi al suo arrivo in Italia. Questo imprenditore si reca quindi a Prato per fare rifornimento ogni domenica, mentre dal lunedì al sabato lavora in negozio, aiutato dalla moglie. Desidererebbe cambiare lavoro, però, perché ritiene che a Torino l'economia e gli affari stagneranno, tuttavia gli manca il tempo di cercare un'altra attività. Il carico di lavoro cui si sottopone, infatti, è ingente.



L'iniziativa individuale, in realtà, poggia spessissimo sul sostegno familiare, soprattutto a livello economico, poiché il capitale d'avvio dell'attività deriva nella grande maggioranza dei casi dal contributo di familiari e amici. L'iniziativa individuale però può anche risultare in un susseguirsi di tentativi, di esperimenti imprenditoriali non sempre coronati da successo, in cui l'imprenditore è definito più dallo spirito con cui intraprende, che dalla stabilità della sua attività. Attraverso questi percorsi si manifesta la necessità di intraprendere "costi quel che costi", di intraprendere pur di intraprendere. La resilienza dell'imprenditore è in tal caso resa possibile dall'apporto di potenti e vasti gruppi familiari cui è legato, che continuano a sostenerlo, e che egli sa abilmente sfruttare chiedendo sostegno a persone diverse, ma sempre inserite in questo fitto reticolo. La capacità di fare appello ad una vasta e diversificata rete di sostegno illustra dunque che la sua competenza fondamentale, più che essere quella di specializzarsi in un determinato settore professionale, è quella di essere un abile imprenditore sociale, un capace attivatore di *guanxi* e mobilitatore di capitale sociale. Nonostante l'esito non sempre felice delle attività imprenditoriali, l'imprenditore che sa abilmente giocare le carte delle sue conoscenze gode di grande riconoscimento sociale nella comunità, proprio in virtù dei suoi contatti, della capacità di mobilitare persone e capitali e per il suo ruolo di potenziale intermediario.

A questo proposito ci sembra esemplare il percorso di una personalità molto in vista della comunità cinese di Torino. Approdato nel 1984 a Milano da Rui'an, dopo aver lavorato due anni in un ristorante di famiglia, questo imprenditore ha aperto un ristorante cinese in società con un cognato ed un cugino, in cui ha lavorato come cuoco (aveva già seguito un corso di cucina in Cina proprio in preparazione del viaggio migratorio). Nel 1987, sempre

## I percorsi imprenditoriali dei migranti intervistati

---

a Milano, decide di aprire un bar che gestisce con la moglie, anche lei cinese ma originaria di Yuhu e rampolla di una delle famiglie di notabili cinesi di Torino<sup>44</sup>. La famiglia della moglie è infatti proprietaria di svariati ristoranti, tra cui uno dei più vecchi e noti ristoranti cinesi del capoluogo piemontese, aperto dal capostipite, dopo aver percorso la traiettoria "classica" dei primi migranti cinesi degli anni Venti, dalla vendita ambulante di cravatte di seta, al laboratorio di pelletteria. Dopo due anni e mezzo di gestione del bar, i coniugi decidono di spostarsi a Torino, per avvicinarsi alla numerosa famiglia di lei. Nel 1989 aprono quindi il primo bar gestito da cinesi di Torino, ma gli affari non vanno bene ed i coniugi hanno difficoltà a rimborsare i debiti contratti con la famiglia per avviare le diverse attività, nonostante si impongano di fare "grandi sacrifici sulla vita". Nel 1992 il nostro imprenditore decide quindi di aprire una ditta di *import-export*, è tra i pochi a fare questa attività, anche perché la Cina comincia appena a commerciare con l'estero. In quest'ambito si occupa anche di fare informazione, ricerca di mercato e interpretariato, collaborando con il Centro Estero della Camera di commercio di Torino e con la Regione Piemonte. Con un socio italiano, gestisce invece un'attività di importazione di diversi prodotti di medicina naturale dalla Cina. Ma non c'è grande domanda per questo tipo di prodotti all'inizio degli anni Novanta, così ancora una volta gli affari non funzionano bene e dopo tre anni di attività il bilancio segna la perdita di 300 milioni di lire, anche stavolta reperiti grazie all'aiuto dei facoltosi parenti. A questo punto, si presenta l'occasione di riprendere in gestione uno storico ristorante cinese di Torino, il primo e più vecchio ristorante cinese della città,

Nota

---

<sup>(44)</sup> Il fatto che le famiglie dei due coniugi abbiano lo stesso cognome ci sembra suggerire l'importanza del lignaggio nelle unioni matrimoniali tra famiglie "potenti".

aperto nel 1970<sup>45</sup>. I coniugi chiedono un nuovo prestito ai parenti, i quali sono disponibili ad aiutarli perché ritengono che l'investimento in un ristorante sia sicuro, essendo un'attività ben conosciuta dalla famiglia. Dopo un primo anno in cui la coppia lavora molto duro e a prezzo di grandi sacrifici, l'attività di ristorazione inizia a portare i suoi frutti. Nel frattempo, l'imprenditore partecipa a varie trasmissioni televisive e, seguendo il consiglio di un noto personaggio dello spettacolo, prende in considerazione l'idea di trasferirsi nella capitale e continuare il percorso nel mondo della televisione. L'idea viene però scartata dopo tre mesi di infruttuosa ricerca di un'attività imprenditoriale a Roma, dove la famiglia non possiede i contatti giusti nella comunità cinese. A Torino, mentre la gestione del ristorante è affidata alla moglie, il nostro imprenditore continua ad occuparsi del suo ufficio, ri-orientandone le attività dalla consulenza per l'*import-export* alla consulenza amministrativa per la comunità cinese e all'accompagnare dei "compaesani" in pratiche come l'acquisto di una casa, l'apertura di un'attività, il reperimento di manodopera. Un lavoro essenzialmente gratuito, eccezion fatta per la traduzione di documenti, che risponde al bisogno di impegno sociale dell'imprenditore e che si basa sul suo prestigio. Seguono poi l'apertura di una società immobiliare, affiliata ad un'immobiliare locale, e l'apertura di un negozio di vendita di gioielli, ora entrambi chiusi. Attualmente questo imprenditore lavora come ragioniere (grazie ad un diploma ottenuto a Torino) in società con un commercialista italiano ed in collaborazione con degli avvocati, al fine di offrire tutti i servizi necessari alla comunità cinese, come già fa dal 1993. Nel frattempo, ha partecipato alla storica associazione cinese di Torino e ne ha fondata una nuova nel

---

Nota

## I percorsi imprenditoriali dei migranti intervistati

---

1998, non senza contrasti<sup>46</sup>, a partire da una costola della prima. Della nuova associazione è stato presidente ed ha seguito e continua a seguire le attività, tra cui ha voluto inserire la stampa di un giornale della comunità immigrata (cessato dopo tre numeri per mancanza di fondi). Ha anche un sito Internet, che aggiorna con le notizie locali e le informazioni che interessano la comunità. È uno tra gli interlocutori privilegiati di politici e amministrazioni locali, con cui intrattiene un rapporto di conoscenza e fiducia ormai decennale.

Di sé dice:

*"Faccio cento cose, ma il proverbio dice "anche il millepiedi corre solo una strada". Di idee ce ne sono tante, ma arrivato a questa età, 47 anni, non posso più correre tutte le mie idee. Adesso faccio questo centro, sempre nei servizi, noi facciamo quello di cui la comunità cinese ha bisogno. Però oggi ci sono anche nuovi giovani, dei diplomati che fanno questo tipo di attività. Benissimo, è importante che non corrano solo le attività dei genitori, ristoranti, laboratori ecc... Vivono in questa società e danno servizi. Io magari seguirò un'altra idea, farò un'altra cosa. In questo momento, la cosa più importante è l'attività di sicurezza, legata all'immigrazione. Per aiutare le forze dell'ordine italiane a capire meglio gli stranieri e viceversa. Secondo me deve nascere un progetto per gli stranieri, non per i nostri figli, che ormai sono italiani, ma per quelli che sono appena arrivati. Anche per questo adesso sto studiando Giurisprudenza all'università, sono al primo anno" (H,M,47).*

---

Nota

<sup>46)</sup> Non è questa la sede per entrare nel merito delle divisioni interne della comunità cinese a Torino, che è lungi dall'essere omogenea. Basti qui notare che la divisione risponde alla necessità di dare voce alle diverse anime della comunità ed ai loro diversi interessi, a livello culturale, ma anche economico e di interazione con la società locale. Cfr. l'articolo "Cinesi, capodanno con scissione", *La Stampa*, 09.01.2001, pag. 37.

Questo percorso esemplare illustra l'importanza dello spirito imprenditoriale, quella che gli studiosi chiamano "vocazione" e che ricalca qui precisamente la definizione schumpeteriana dello spirito imprenditoriale, ovvero una voglia di intraprendere che si distingue per originalità, innovazione e assunzione di rischio. Non solo, abbiamo visto come dietro questo percorso eccezionale per la varietà delle attività e la "resilienza" dell'imprenditore, vi sia la forza e la vivacità di densi e solidi reticoli familiari sempre pronti ad investire nell'attività dell'imprenditore (e di sua moglie): i rischi quindi sono in qualche senso ripartiti, lo spirito d'iniziativa è condiviso. E sono intere sezioni della comunità che, oltre a sobbarcarsi i costi, temporanei, dell'investimento e attendendo che il migrante restituisca il prestito, ne godono gli eventuali frutti, soprattutto quando l'imprenditore oltre alle attività lucrative, investe in attività sociali, capaci di conferirgli un vasto riconoscimento, sia nell'ambito della comunità immigrata, sia agli occhi delle istituzioni di rappresentanza della società locale e delle autorità cinesi. Infatti, come dice il nostro stesso imprenditore, il governo cinese attribuisce grande importanza alle associazioni della diaspora, che considera come rappresentanti degli interessi cinesi all'estero. Le persone che vi ricoprono cariche di rilievo godono quindi di grande visibilità anche nella madrepatria, dove sono considerati come importanti interlocutori e mediatori dei rapporti tra i cinesi e i paesi occidentali. Una carica in un'associazione rappresenta quindi un capitale da spendere di fronte a delegazioni di altri imprenditori che vengono in Italia dalla Cina, o in Cina stessa, e costituisce un ulteriore tassello di quel capitale sociale che è così importante nel determinare le connessioni necessarie a sostenere l'attività imprenditoriale.

Questo percorso ci illustra anche il valore differenziale che è attribuito alle diverse forme imprenditoriali: dal ristorante, che sembra essere il primo approdo dell'imprenditore cinese,

ma anche una forma di investimento sicuro che rimane attrattiva nel presente quanto lo è stata nel passato; ad attività più innovative, ma che vengono considerate al contempo più rischiose, proprio perché meno conosciute, come *l'import-export* di prodotti di medicina naturale cinese o *l'immobiliare*. La carriera di questo imprenditore si situa quindi all'intersezione dell'iniziativa individuale e della diversificazione delle attività familiari come strategia di gruppo. Un altro esempio di diversificazione delle attività familiari è quello di un altro imprenditore di origine cinese, arrivato a Torino nel 1973 all'età di quattro anni, per raggiungere il padre che era già emigrato a Torino nel 1972. Questi a sua volta era stato "chiamato" da un fratello, il quale faceva parte di quei contingenti inviati dalla Cina, per aiutare la Francia nello sforzo bellico della Seconda Guerra Mondiale<sup>47</sup> e che si era stabilito a Torino alla fine delle ostilità, per sposarsi con un'italiana. Qui, anche questo migrante "pioniere" aveva dapprima lavorato come venditore ambulante di cravatte di seta, per poi avviare un piccolo laboratorio di lavorazione della pelle, ma anche di borse e cravatte, che in seguito iniziò a vendere all'ingrosso. Appena arrivato da Rui'an, il padre del nostro imprenditore, grazie al sostegno del fratello, apre un laboratorio di pelletteria nella zona di Porta Palazzo, dove all'inizio degli anni Settanta si concentravano tutte le attività dei cinesi di Torino. Era un laboratorio a conduzione familiare, che, oltre ai genitori del nostro imprenditore impiegava i due figli e due operaie italiane e produceva per committenti italiani. Negli anni Ottanta, con il boom della ristorazione cinese, il padre di questo imprenditore decide di aprire un'attività in questo settore, che non conosce, ma sul quale si documenta, tramite letture specializzate. Nel 1981 apre quindi uno dei primi ristoranti cinesi

Nota

---

<sup>47</sup> I coscritti cinesi erano impiegati essenzialmente nello scavo di trincee sui vari fronti in cui la Francia era impegnata, dal Belgio all'Italia.

della città, che impiega un cuoco fatto venire appositamente dalla Cina. Quest'attività, che contava 150 coperti ed in cui era impiegata tutta la famiglia, compresi i tre fratelli dell'imprenditore intervistato, è stata venduta nel 2007 proprio da questa nuova generazione, che desiderava rinnovarla. I fratelli hanno quindi aperto un altro ristorante, che propone una cucina cinese molto attenta alla qualità, volta a utilizzare e tutelare le materie prime locali e che oggi è nella lista delle Osterie d'Italia di Slow Food.

Da un incontro casuale con i rappresentanti di Slow Food, nasce anche la seconda attività del nostro imprenditore, iniziata con una collaborazione con l'ufficio internazionale dell'associazione, che ha anche accompagnato in Cina, e sviluppatasi anche in consulenze per gli uffici per il commercio estero della Camera di commercio di Torino e di Cagliari. L'incontro con Slow Food sviluppa la passione per il cibo italiano di questo imprenditore cinese, che oggi ha aperto un negozio a fianco del ristorante che gestisce con le sorelle, in cui vende prodotti gastronomici italiani molto ricercati. Il negozio è gestito in collaborazione con una socia italiana, con cui ha anche aperto una ditta di consulenza per l'export, che rappresenta diverse aziende alimentari italiane all'estero, tanto sui mercati europei, che su quelli orientali.

Questo imprenditore spiega così il suo percorso:

*"Con la mia socia ci siamo detti: è la nostra passione, se non lo facciamo adesso quando lo facciamo? Ci divertiamo e l'abbiamo fatto. Ma in Italia non c'è nessun tipo di aiuto verso i giovani. Io dell'Italia mi lamento della poca dinamicità del sistema funzionale e delle aziende, che viaggiano poco e non sanno cosa succede all'estero. Invece altri paesi sono molto più aperti al mercato internazionale. Qui poi hanno tempi lunghissimi, perdono lavoro, è inutile poi che si lamentino della crisi. Hanno anche poca propensione a credere nei mercati esteri e a*

*investire in promozione. Anche i cinesi funzionano in modo diverso. Per esempio, fino a due/tre anni fa erano tutti ristoranti cinesi, ora diventati tutti ristoranti giapponesi. Per fare questo non è che ci vuole molto, basta avere la volontà di cambiare, un minimo di investimento, crederci e che anche le banche facciano un po' la loro parte. Soprattutto accettare il rischio, buttarsi. Poi si vede, se la tendenza è quella, perché non buttarsi? Come mio padre, che nel 1981 dalla pelletteria si è buttato in un settore completamente diverso. Ci siamo fatti debiti per diversi anni poi dal secondo anno abbiamo iniziato a lavorare. Come imprenditore però io sono atipico, perché il classico cinese parla sempre solo di soldi, di arricchirsi. Io avendo vissuto tanto in Italia, con amici italiani e cinesi, ho preso il bello da tutti e due, perché secondo me nella vita bisogna anche godersela un po'. Tanti miei connazionali risparmiano su tutto, lavorano come matti, però alla fine non si divertono. Rimandano a dopo, ma non potranno fare le cose che vogliono adesso. Loro pensano di fare così per tornare prima in patria e fare vedere agli altri che sono arrivati" (I,M,42).*

Il percorso di questo imprenditore illustra la traiettoria imprenditoriale di una delle più antiche famiglie cinesi di Torino e la strategia collettiva di differenziazione delle attività, ma mostra anche come l'impatto con la società italiana spinga a riconsiderare la nozione di successo e a riorganizzare i valori dell'esistenza dei migranti/imprenditori. La disponibilità a lavorare duro in vista del riconoscimento sociale diminuisce e sfuma a favore di una concezione della vita in cui il lavoro sia solo uno degli elementi costitutivi e in cui il piacere di vivere e di godere dei frutti della propria fatica, sia in sé un obiettivo di pari importanza.

Per quanto in declino, sarebbe tuttavia erroneo pensare che il settore della pelletteria abbia perso tutta la sua importanza. Oggi a Torino, accanto a qualche laboratorio (che produce



perlopiù per conto terzi) ci sono anche alcuni grossisti a capo di una grande fortuna, consolidata proprio grazie al commercio della pelle. Qui possiamo ritracciare il percorso di un imprenditore la cui traiettoria si situa a metà strada tra l'eredità familiare e l'iniziativa individuale. La sua carriera è tributaria dell'eredità familiare perché l'attività si situa in continuità con quella di un facoltoso zio basato a Milano, ma rientra nel quadro dell'iniziativa individuale perché è stata impiantata a Torino, dove l'imprenditore non aveva precedenti connessioni familiari. Il titolare di quest'attività è originario di Rui'an ed è arrivato a metà degli anni Ottanta, all'età di diciassette anni, a Firenze, ospite di amici di famiglia che erano in Italia fin dagli anni Venti. È "uscito" dalla Cina su consiglio-ingiunzione del padre, un ricco commerciante periodicamente tartassato dal governo comunista. Passati tre anni a Firenze, dove ha lavorato come cameriere presso il ristorante di questa famiglia (italo-cinese) di amici, nel 1989 si sposta a Milano, dove si trovava la sua fidanzata, anch'essa di Rui'an, che in seguito è diventata sua moglie. Lei era nipote di un migrante installatosi a Milano nel 1918, anche lui con moglie italiana, e i cui discendenti gestivano laboratori di produzione e esercizi di vendita all'ingrosso di pelletteria. Accompagnato dai parenti di sua moglie, il nostro imprenditore effettua dei viaggi esplorativi in tutta l'Italia settentrionale e sceglie di stabilirsi a Torino, grazie alla presenza del vivacissimo mercato di Porta Palazzo. Apre la sua attività nel 1990, la prima del genere a Torino, grazie al sostegno economico dei cognati e alle conoscenze nel settore della pelletteria (basate a Prato), che ha maturato durante la sua permanenza a Firenze. Dal 1996 al 2000 esporta manufatti di pelletteria "*Made in Italy*" prodotti in Cina, ma al crollo del mercato cessa questa attività e si concentra esclusivamente sulla vendita all'ingrosso in loco. I clienti vengono da Cecoslovacchia e Francia, ma sono

anche dettaglianti italiani, ambulanti africani e negozianti cinesi che vendono sia a Torino, sia in Francia. Al contrario degli imprenditori di cui abbiamo ricostruito il percorso poco sopra, questo imprenditore gestisce la stessa attività fin dal 1990, insieme alla moglie. Ha dei dipendenti cinesi, che lavorano nella ditta fin dalla fine degli anni Novanta e di cui si fida ciecamente. Nel tempo si è arricchito ed ha acquisito l'intero stabile in cui si situava l'esercizio, nel sottosuolo del quale occupa un magazzino di 500 mq. Anche lui è un personaggio importante della prima associazione di migranti cinesi a Torino e un interlocutore delle istituzioni locali che si rivolgono a lui per mediare con alcuni suoi "compaesani".

Abbiamo detto che, in un certo senso, questa impresa si situa in continuità con attività familiari dello stesso genere. Si tratta però di una famiglia di cui l'imprenditore, come il primo di cui abbiamo ridisegnato il percorso, entra a far parte per "alleanza", cosa che indica l'importanza dei matrimoni non solo come occasioni per raccogliere fondi ma anche per entrare in gruppi familiari potenti e notabili a livello locale (Cologna, 2006b).

Infine, a Torino ci sono veri e propri imperi familiari, in cui i diversi membri del gruppo, invece di diversificare le attività imprenditoriali, investono tutti in uno stesso settore, in genere quello della ristorazione. Sebbene, come abbiamo ormai mostrato, per molti la ristorazione sia un'attività improvvisata, per altri si tratta di una vera e propria vocazione, che poggia anche su una specializzazione acquisita in Cina. È il caso di un altro famoso ristoratore di Torino, venuto da Yuhu a Torino all'età di 23 anni a metà degli anni Ottanta, con una laurea in agraria e con una formazione di cuoco, che, dopo aver lavorato tre anni come cuoco nel ristorante di uno zio di cui è anche diventato socio, apre un altro ristorante in società con lo zio e con i fratelli. Questo gli permetterà poi di avviare un proprio ristorante nel 1994,

che oggi continua a gestire con la moglie e dove, a differenza di tanti imprenditori di cui abbiamo parlato finora, lavora lui stesso come cuoco. Ognuno dei suoi quattro fratelli a sua volta possiede un ristorante a Torino, anche se il loro ruolo all'interno di essi è solo di gestione. Quello che è interessante è che qui ci troviamo di fronte ad una diversificazione degli investimenti familiari, in cui vari membri di uno stesso gruppo di parenti partecipa all'attività degli altri, oppure gestiscono un'attività in comune, sebbene siano tutti concentrati nello stesso settore. Il capitale circola così all'interno del reticolo familiare ed è come "condiviso", permettendo ai vari membri di avere un'attività propria". Anche questo ristoratore ha un ruolo importante in una delle associazioni cinesi, di cui è presidente.

Altre traiettorie imprenditoriali s'inscrivono maggiormente in continuità con l'attività familiare e consistono sia nel continuare il percorso professionale della famiglia nucleare (ad esempio: prendendo la gestione del ristorante o dell'esercizio commerciale dei genitori), sia nello sviluppare una nuova impresa a partire però dalla prima, come per gemmazione. In ogni caso, il passaggio di gestione dai genitori ai figli, come abbiamo già detto, implica sempre un apporto personale di questi ultimi all'attività, che ne modifica l'andamento e le caratteristiche.

Abbiamo visto quindi che l'impresa, aspirazione della maggior parte dei migranti cinesi originari della provincia dello Zhejiang, si sviluppa seguendo diversi modelli di percorso professionale. Vi sono da un lato i percorsi costruiti in modo individuale, che sono quello di chi ha dei familiari già presenti in Italia e a Torino, ma che sono inquadrati in un lavoro dipendente, e quello di chi non ha nessun contatto familiare a Torino. In entrambi i casi il fattore importante è l'assenza di una base di relazioni socio-economiche solide e prosperose su

cui appoggiarsi. In genere questi migranti investono in attività come il commercio, i servizi, dalla consulenza al parrucchiere, ma anche la ristorazione, spesso improvvisando. Questo percorso è quello di molti “nuovi migranti”, dagli anni Novanta a oggi. Dall’altro lato vi sono i percorsi professionali dei membri delle famiglie “storiche” torinesi, che hanno talvolta costruito solidi imperi economici. Il modello dell’investimento professionale di questi gruppi familiari ricalca quello che è stato evidenziato nel contesto milanese, con cui abbiamo visto ha anche legami diretti: come già detto, esso comincia con il commercio ambulante, per specializzarsi poi nei laboratori di pelletteria e nella ristorazione e si differenzia solo in tempi recenti nel settore del commercio e dei servizi. Abbiamo anche visto che, al contrario di ciò che avviene nel contesto milanese, a Torino la ristorazione mantiene la sua centralità ed il suo potere d’attrazione e continua ad essere la base della solidità economica di vere e proprie dinastie di imprenditori.

Ci sono anche però i percorsi professionali di famiglie più “modeste”, sia in termini numerici (spesso costituite dai soli membri del nucleo familiare), che economici. Queste famiglie, talvolta affiliate a qualche potente, tramandano le attività che i genitori hanno messo in piedi con tanti sacrifici ai figli, che ne ereditano la gestione imprimendo loro un tocco personale.

Nel contesto torinese ci troviamo quindi di fronte a imprenditori di prima, seconda e terza generazione, a individui soli e a gruppi familiari potenti. In quest’area non si evidenzia una specializzazione settoriale, ma uno snodarsi di diversi ambiti di attività imprenditoriale, in una logica di differenziazione delle attività familiari e/o di innovazione individuale o al contrario di consolidamento familiare in un determinato settore. La diversificazione del business sembra anche procedere da una strategia di adattamento e non necessariamente da una

particolare creatività imprenditoriale in termini schumpeteriani. In questo senso possiamo notare che i cinesi si inseriscono nelle nicchie più deboli del mercato (ma non esclusivamente, un esempio è quello dell'import-export), quelle che spesso assicurano meno profitti e che gli italiani abbandonano, proprio grazie alla loro maggiore disponibilità a comprimere le spese, ai costi legati al lavoro dipendente, e a un forte senso del sacrificio personale. A Torino, infatti, come negli altri contesti, la mole di lavoro di cui gli imprenditori cinesi si sobbarcano è ingente, sebbene tra imprenditori di diverse generazioni si faccia strada anche una concezione del lavoro meno invasiva dello spazio esistenziale.

Non abbiamo infine rilevato importanti specificità di genere: le donne come gli uomini si dedicano all'attività imprenditoriale anima e corpo, spesso a prezzo di sacrificare la vita familiare, per cui i figli vengono mandati in Cina. Spesso, anzi, sono coppie di coniugi che gestiscono le attività, facendo trasparire quella che sembra, ad un primo sguardo, una sostanziale uguaglianza dei generi di fronte al lavoro, ma anche l'importanza strategica delle alleanze contratte attraverso i matrimoni.

### ***6.3 Transazioni intracomunitarie e guanxi: l'accesso al credito ed il reclutamento dei dipendenti***

Abbiamo visto, nei capitoli precedenti, che la costruzione dei percorsi imprenditoriali si basa molto spesso sull'attivazione di reti comunitarie, che si rivelano della più grande importanza, in primo luogo per il reperimento del capitale d'avvio dell'attività ed in secondo luogo per il reclutamento di manodopera. Sull'importanza delle *guanxi* nel reperimento dei fondi per l'avvio all'impresa abbiamo già detto molto e qui vogliamo piuttosto citare alcuni brani di

intervista che illustrano nel dettaglio il funzionamento di questa consuetudine.

Spiega un imprenditore:

*"Tra noi cinesi c'è sempre stato aiuto reciproco, come una forma di mutuo soccorso nelle comunità cinesi. Perché le banche domandano troppe garanzie. Quello invece funziona bene. Si fanno prestiti tra amici, se le amicizie sono molto forti, ma anche tra parenti stretti. Per parente stretto si intendono zii e cugini di primo grado, anche secondo, dipende dal rapporto personale. Mio papà aveva iniziato così, è un aiuto reciproco in cui non paghi interesse. Poi se tu hai bisogno ti aiuto io. Per i cinesi uno dei segreti è la guanxi, i rapporti personali, che sono più importanti dei soldi. Ti permette di costruire delle cose nuove che da solo non potresti. Un'altra parola importante, non tanto nelle grandi città cinesi, perché non ci si conosce più direttamente, ma soprattutto nei paesi piccoli e all'estero, dove si fa più gruppo e ci si protegge di più, è mianzi, la faccia. È un concetto a doppio taglio: se uno che arriva ti chiede aiuto, dei soldi, tu non avresti la faccia di rifiutarlo, perché magari suo papà una volta ti ha fatto un favore, allora... è proprio un meccanismo" (I,M,42).*

Un altro imprenditore spiega nel dettaglio come funziona la catena del passaggio di capitale all'interno delle guanxi:

*"Nel corso della gestione dell'attività c'erano debiti, prestiti, sai tra noi, tra parenti. All'inizio in quegli anni (inizio anni Novanta, ndr) era difficile come cinesi andare in banca per avere dei soldi in prestito per gestire un'attività. Quasi tutti noi, tra amici o parenti o compaesani, ci prestiamo denaro per aiutare chi vuole aprire un'attività. Adesso si fa un po' di meno, però funziona sempre. Questa pratica si affianca alla banca e anche la banca ha più fiducia, ha visto che la comunità cinese lavora, restituisce i debiti, che siamo puntuali, sanno che ci sono*

## Capitolo VI

---

*pochi rischi sui prestiti con la comunità cinese. I compaesani che mi hanno aiutato con le mie attività, non sono solo del mio villaggio di origine, ma tutti, soprattutto parenti (anche acquisiti, ndr). Una volta che uno perde soldi in un'impresa, continua il debito che ha contratto con i parenti da tanti anni. Perché tutti i parenti sono bravi. Non è che tutti i parenti stanno bene, alcuni sì, alcuni no, alcuni possono dare, altri no. Magari anche loro aprono un'attività e non a tutti funziona, magari non funziona. Magari io ho prestato a un altro parente, e se questo sta bene, chiedo a lui di coprire questo debito. Questo è il nostro rapporto, che si basa sulla fiducia. È una catena. Quando la gente viene a chiedere aiuto, dobbiamo dare aiuto. Non posso dare tutto, ma quello posso, che è nelle mie capacità" (H,M,47).*

I legami delle *guanxi* hanno un valore strumentale e coinvolgono persone che non sono necessariamente imparentate, anche se di fatto creano una struttura di relazioni che sul piano affettivo funziona quasi come una parentela. A differenza di quanto avviene nei legami familiari, legami di solidarietà ascritta e obbligatoria, nelle *guanxi* la dimensione della mutua convenienza è determinante, ovvero ci si associa esclusivamente con persone affidabili, da cui si pensa di poter ottenere qualcosa al momento opportuno. Le relazioni parentali sono relazioni di supporto forti, ma possono essere anche costrittive, soprattutto quando ci sono personaggi non affidabili in famiglia, cui si è obbligati a dare sostegno economico, ben sapendo che esso non darà mai un tornaconto o che il credito non sarà mai restituito. Nota Cologna<sup>48</sup> che nessuna famiglia cinese in Italia ha prosperato solo grazie ai legami parentali, ma che i legami più utili sono quelli che si creano al di là della cerchia dei consanguinei, e che comprendono gli affini (a cui non si è legati da legami di sangue, ma di parentela "acquisita") ed altri soggetti scelti

---

Nota

in base al loro prestigio e ricchezza, con cui il legame dipende dall'affidabilità del proprio comportamento (ovvero dalla propria "faccia"). Queste alleanze, però, a differenza di quelle con i consanguinei, non sono stabili e dipendono dalle circostanze. Il bacino di creazione dei legami di *guanxi* ha carattere transnazionale e può coinvolgere sia parenti e conoscenti che risiedono in Cina, sia importanti connessioni con la diaspora cinese in altri paesi d'immigrazione (dall'Europa agli Stati Uniti, all'Estremo Oriente). È sempre meglio, infatti, allargare il più possibile l'estensione delle proprie *guanxi*, non solo per massimizzare le somme potenzialmente raccogliibili, ma anche perché, se le reti cui si appoggia l'individuo comprendono membri dalle attività diversificate, esso si tutela rispetto ai rovesci di fortuna che possono investire un determinato settore.

I prestiti che si ottengono attivando le *guanxi* sono sicuramente la molla che rende l'imprenditorialità cinese così diffusa, vivace e resiliente. Essi permettono di usufruire di capitali che si ottengono ad interessi zero e senza scadenze di restituzione. Per di più, come abbiamo visto, se l'imprenditore fallisce può fare appello ad una nuova iniezione di capitale da parte di altri "alleati", indebitandosi ulteriormente, per avviare un'altra attività con la quale spera di estinguere l'integralità dei debiti contratti. A volte ci riesce, a volte no, e i debiti vengono ereditati dai figli. Perché, in effetti, ogni prestito ottenuto è un debito contratto che, benché abbia dei tempi di restituzione flessibili, non si estingue con il passare del tempo e certamente non viene dimenticato. L'efficacia di questo meccanismo di prestiti e di restituzioni, ovvero di circolazione del capitale, si basa infatti sul principio della fiducia, che, come abbiamo visto è profondamente legato al concetto di "faccia", il prestigio, lo status sociale di una persona, che le impone di rispettare le regole tacite che sottendono questo scambio: ovvero di restituire i debiti, pena la



morte sociale. La "faccia" è infatti la risorsa principale da spendere nel campo delle *guanxi* e con il suo consolidarsi, si estendono le reti di relazioni che procurano risorse e capitale materiale, ma anche informazioni, accesso a nuove persone e a nuove occasioni.

Possiamo quindi dire che il meccanismo di circolazione del capitale materiale e sociale lungo il reticolo delle *guanxi*, se da un lato sorregge ed incoraggia l'impresa, dall'altro può anche risultare molto costrittivo per il singolo imprenditore, generare ansia e obbligare il migrante - imprenditore a sobbarcarsi cospicui carichi di lavoro e di fatica per rimborsare i debiti contratti, ammesso che ci riesca. Abbiamo già parlato, per esempio, del caso del commerciante di capi d'abbigliamento che, prima di lanciare la propria impresa, aveva lavorato come cuoco nel ristorante di un parente, dal 1993 al 1996. Nel 1996, quando torna in Cina, si ferma un anno e desidererebbe passarci il resto della sua vita, ma il padre gli ingiunge di tornare in Italia, poiché in questa avventura migratoria/imprenditoriale lui e la rete parentale avevano ormai investito molte risorse.

Spiega questo imprenditore:

*"Quando ero in Cina da un anno e volevo restarci, mio padre mi ha detto di tornare, visto che avevano investito così tanti soldi, circa 10.000 euro. Sennò per rendere i soldi come si fa? Parenti e amici ci aiutano, però poi i soldi devono andare in Cina, poi magari ritornano qui dalla Cina, così si fa un ricambio. In banca non capiscono. I parenti e gli amici ti danno soldi anche per l'affitto, anche per mangiare. Per renderli, poi, fai come puoi"* (G,M,38).

L'ammontare delle somme che si possono ottenere attivando le *guanxi*, che dipende da un lato dall'estensione delle reti di rapporti di fiducia e di scambio che si riesce a tessere, dall'altro dall'agiatezza delle persone che ne fanno parte, determina chi può aprire un'impresa e chi

no, ma anche, in un certo senso, chi può pensare più in grande ed avere maggiori chance di riuscita imprenditoriale e chi no. Per questo alcune persone, che non hanno accesso a reti estese o a reti in cui ci siano dei componenti facoltosi, non riescono mai a uscire dallo stato di dipendenti, come invece desidererebbero.

Le *guanxi* sono relazioni di reciprocità, ma hanno anche un aspetto clientelare. Per funzionare, infatti, esse presuppongono una relazione di disequilibrio, ovvero l'esistenza di una persona che ha bisogno di ricevere e di una persona che può dare. Questo obbligo di dare non ha però un carattere estorsivo, al contrario, si basa su un obbligo che l'individuo ha introiettato, che si impone lui stesso per essere all'altezza del proprio *status* sociale e per cui è disposto a mettersi in gioco anche rischiando (come la famiglia facoltosa che continua a sovvenzionare l'imprenditore che colleziona una serie di insuccessi). I matrimoni in particolare, come già detto, sono i momenti per eccellenza in cui la famiglia degli sposi riscuote tutti i crediti e accumula altri contributi (tramite persone che diventeranno suoi creditori), permettendo in tal modo l'avvio di una nuova impresa. Ai matrimoni si invita, infatti, il più gran numero possibile di invitati, ognuno dei quali è tenuto a fare un regalo - offerta agli sposi, il cui montante minimo è precedentemente fissato, e che viene meticolosamente annotato su un libro mastro appositamente predisposto (Cologna, 2006b). Per non perdere la faccia, tutti i presenti, amici, parenti, compaesani, soci e clienti, devono versare questa cifra minima, di solito offerta in contanti in una busta. Oggi a Torino in genere il montante minimo è di 300 euro, ma le offerte possono toccare anche i 2000 euro. È chiaro che, se si moltiplica la cifra minima per 200-300 invitati, la somma raccolta tramite un matrimonio può essere davvero cospicua. Le pagine del libro mastro, su cui sono annotati i nomi e le cifre, costituiranno poi una mappa della rete

di supporto degli sposi e delle persone cui essi saranno legati da vincoli di reciprocità, tra cui quello di “partecipare con doni di denaro almeno altrettanto generosi ai matrimoni delle rispettive famiglie negli anni a venire” (Cologna, 2006: 154). Partecipare ai matrimoni dei vari membri della famiglia può essere quindi estremamente oneroso per i migranti e fonte di ulteriori indebitamenti, ma si tratta di un obbligo sociale, se non si vuole perdere la faccia e quindi, di conseguenza, perdere le proprie *guanxi*, le uniche boe di salvezza in una situazione di pluri-indebitamento e le uniche reti di assistenza da mobilitare nel vero momento del bisogno.

Tuttavia, la situazione non è statica e non è la stessa per tutti i migranti. Se, per i giovani cinesi arrivati in Italia negli anni Novanta in età adolescenziale o postadolescenziale, il matrimonio è stato spesso il passaggio che ha trasformato la loro situazione economica e sociale, fornendo loro, e il capitale per avviare una nuova impresa, e l’occasione per rafforzare le alleanze familiari, per i giovani che hanno completato gli studi superiori in Italia le scelte sentimentali assumono sempre più una dimensione privata e slegata da considerazioni economiche, implicando delicatissime negoziazioni con i genitori (Cologna, 2006b).

Nota sempre Cologna, che anche il valore delle *guanxi* cambia con l’avvicinarsi delle generazioni di migranti. I ragazzi cinesi neo ricongiunti spesso non ne riconoscono l’utilità e altrettanto spesso non riconoscono nemmeno i genitori come primo legame e protezione, finendo perciò per crearsi nuove famiglie in cui i legami vengono ridiscussi, rifondati. Ci troviamo di fronte ad un conflitto inter-generazionale, di cui noi però abbiamo colto solo qualche accenno in questa ricerca. I figli spesso capiscono il valore del mondo relazionale dei genitori ma sperimentano anche l’oppressione che ne deriva. Le relazioni basate sul capitale sociale tramite il mantenimento di rapporti di reciprocità possono infatti facilmente trasformarsi in

contesti di “imprigionamento” (Portes e Sensenbrenner, 1993). Queste relazioni, infatti, hanno un prezzo decisamente elevato, poiché spesso gli individui vi investono tutto quello che guadagnano. Come è emerso dagli stralci delle interviste, i cinesi di prima generazione, anche i più benestanti, conducono vite frugali ma spendono moltissimo in relazioni, mentre le seconde generazioni vorrebbero accedere ad uno stile di vita diverso, maggiormente basato sul godimento personale delle risorse accumulate tramite il lavoro. Inoltre, le relazioni delle *guanxi* sono basate su precisi codici di comportamento e di linguaggio in cui si tratta di “dare faccia” agli altri, di non glorificarsi eccessivamente del proprio potere e della propria ricchezza, ma anche di rispettare tutta una serie di gerarchie e di comportamenti di riconoscimento. Non sempre i ragazzi di seconda generazione hanno le competenze, sia verbali che comportamentali, necessarie a coltivare e intrattenere questo tipo di relazioni. Secondo l’economista Thierry Pairault, inoltre, queste pratiche microfinanziarie, questo tipo di finanziamenti che sono anche una forma di “assistenza reciproca tra esclusi”, sarebbero una “sopravvivenza” di pratiche tradizionali, destinata a cadere in desuetudine quando si risolvano i problemi di comunicazione (soprattutto linguistica) e di integrazione con la società locale (Pairault, 1995). Ed in effetti il caso della poca familiarità delle seconde generazioni con la pratica della *guanxi*, così come il ricorso sempre più diffuso ai servizi bancari (e l’accettazione da parte delle banche di finanziare gli imprenditori cinesi), sembrerebbero andare in questo senso.

L’importanza delle *guanxi* incide anche sui rapporti di lavoro ed in particolare sui rapporti tra dipendenti e datori di lavoro nella comunità cinese. Basti pensare al lavoro che dall’esterno può essere considerato “non retribuito”, ma che in realtà può invece essere un mezzo per rimborsare una parte (o la totalità) del debito. Anche per questo gli imprenditori cinesi posso-

no essere avvantaggiati dai crediti che hanno maturato presso i nuovi migranti, nel reclutare manodopera rapidamente e a buon mercato. Una manodopera che, soprattutto, spesso non ha bisogno di essere vincolata al proprio datore di lavoro tramite un contratto, visto che lo è già dalla condivisione di un tacito patto. Ma la scelta di assumere manodopera comunitaria dipende anche dalla condivisione di una stessa visione del lavoro, fatta di orari lunghi e di carichi di fatica magari anche ingenti, e non sempre remunerati nello stesso modo in cui lo sono quelli italiani. Si tratta quindi di scegliere dipendenti con cui si ha un accordo implicito sulle condizioni e le modalità di lavoro, come racconta un'imprenditrice:

*" Il bar l'ho aperto nel 2004, dopo aver fatto delle ricerche su Internet, non tramite cinesi. Gli affari all'inizio non andavano tanto bene, perché sono una cinese ed il bar si trova in una zona particolare. Perché io ho cercato in una zona in cui non sono tutti stranieri, tipo Porta Palazzo: volevo una zona tranquilla per vivere e anche per guadagnare. In questo sono diversa dagli altri cinesi, che gli basta guadagnare, io devo vivere tranquilla, lavorare ma anche vivere la vita. C'è una ragazza che mi aiuta, un'amica cinese. Prima che mi sposassi abitavamo insieme e lei mi aiutava, anche a casa, magari restava al bar anche dopo l'orario di lavoro, come se il bar fosse suo, perché per i cinesi sono così: se c'è bisogno, restano. Con gli italiani non si può, perché dopo otto ore vogliono farsi pagare di più, sennò ti fanno la multa. Dopo otto ore questa ragazza tornava a casa e cucinava, faceva le pulizie, come se fosse casa sua. Non è che se ha lavorato deve prendere i soldi: non è che quello che ha lavorato lo devo pagare. Non pensiamo così, anche io quando lavoravo sotto un padrone, facevo così, lavoravo come se fosse stato per me" (N,F,37).*

Non bisogna pensare però che il reclutamento della manodopera cinese avvenga solo in modo informale e si basi sistematicamente sulla presenza di un debito contratto in precedenza, che lega il datore di lavoro ai suoi dipendenti. Si fanno strada infatti sempre di più dei modi di reclutamento formali e anonimi, in cui datori di lavoro e aspiranti lavoratori entrano in contatto tramite annunci su siti Internet e giornali specificamente dedicati alla comunità cinese, come spiega un giovane proprietario di tre ristoranti:

*“Qui lavorare in un ristorante, come faccio io, è facile, grazie all’esperienza dei nostri genitori. I giovani cinesi vogliono entrare in vari campi, ma ci vuole tempo. Però per lavorare non è difficile, perché se un cinese è appena arrivato, io chiamo un amico, un parente e lo mando a lavorare da lui. Ma io il mio personale l’ho reclutato tramite i siti Internet e i giornali dei cinesi in Italia” (A,M,29).*

### **6.4 La partecipazione degli imprenditori alle associazioni cinesi**

Come abbiamo visto a più riprese, l’attività di imprenditore va spesso di pari passo con una carica associativa, a dimostrazione non solo di quanto la preoccupazione per il sociale e l’aiuto dei migranti in difficoltà sia un interesse diffuso tra i cinesi, ma anche di come il successo economico abbia anche un aspetto sociale. Abbiamo visto che avere successo come imprenditore vuol dire essere in grado di mobilitare una vasta rete sociale, essere un intermediario cui gli altri, meno fortunati, possono chiedere consiglio, appoggio e aiuto: in sintesi, gestire un mondo di clienti. Questa posizione è spesso ratificata anche da una carica in seno ad una delle associazioni della comunità cinese di Torino, carica che come abbiamo visto è

un biglietto da visita che sancisce il riconoscimento sociale acquisito agli occhi delle autorità governative e dei grandi imprenditori in Cina. È per questo che molte cariche prestigiose che gli imprenditori occupano in seno alle associazioni non si traducono in un altrettanto solerte impegno sul terreno, attitudine che presta il fianco ad acerbe critiche da parte di altri membri della diaspora cinese locale. Non tutte le associazioni però sono composte da cariche di "rappresentanza" ed alcune di esse, sia tra i migranti di prima generazione che tra quelli di seconda, si dimostrano particolarmente attive. La scissione in diverse associazioni a partire dalla più antica (l'Associazione Cinese e Italo-Cinese di Torino, fondata nel 1986 da emigranti del distretto di Wencheng ed in particolare del villaggio di Yuhu) riflette questa diversa concezione del ruolo delle associazioni nel contesto locale, ma anche un conflitto di potere e prestigio tra i diversi imprenditori che ne fanno parte e che concorrono per la clientela e il riconoscimento sociale come "grandi".

Ecco come un imprenditore che discende da una delle famiglie cinesi di più vecchio insediamento a Torino descrive e critica la gestione delle associazioni cinesi a Torino:

*"Io non sono più membro di un'associazione cinese. Mio papà (già imprenditore, ndr) era stato presidente della comunità cinese e poi presidente onorario delle comunità cinesi in Italia. Ora in Piemonte ci sono due associazioni "storiche": l'Associazione Cinese e Italo-Cinese di Torino e l'AICUP. Ci conosciamo tutti molto bene, sanno che dico le cose direttamente e li prendo in giro perché gli dico che sono delle associazioni con trenta iscritti, un presidente e ventinove vicepresidenti. Certo, magari aiutano con i permessi di soggiorno, però mi lamento che invece di fare integrazione usano l'associazione per dire che hanno un biglietto da visita, sono presidente o vicepresidente e farsi i fatti loro o andare a cena con questo o con quell'al-*

*tro, insomma delle cose molto personali. Sono associazioni che non servono a un granché, andare a cena con un ambasciatore o con un assessore, ma alla fine... Per me il vero scopo di un'associazione dovrebbe essere di fare integrazione o organizzare eventi per far conoscere la comunità cinese in Italia o far conoscere gli italiani ai cinesi. I presidenti vengono eletti a scelta, ma c'è talmente una voglia di fare poco che alla fine scelgono quello che fa un po' di più. E attualmente il presidente dell'AICUP è molto in gamba" (I,M,42).*

Continua un altro imprenditore, che è stato all'origine della creazione/scissione della seconda associazione da una costola della prima, nel 2000:

*"Ero vice-presidente dell'Associazione Cinese e Italo-Cinese di Torino, ma volevo che l'associazione offrisse un servizio. L'associazione non aveva un indirizzo in cui svolgere le sue attività, l'indirizzo era quello del ristorante del presidente, ogni volta che cambiava presidente cambiava l'indirizzo. Anche lo scopo dell'associazione non era chiarissimo. L'unica cosa chiara è che ci aiutavamo tra compaesani. Anche in Cina quando succede qualcosa, un'alluvione per esempio, si manda un po' di soldi, degli aiuti, etc. Ci aiutiamo ma non per guadagnare, piuttosto perché siamo abituati così, l'associazione nasce per beneficio di tutti. Oggi nascono tantissime associazioni di compaesani che raccolgono dei fondi per la Cina. All'epoca (metà degli anni Ottanta, ndr) in Italia c'erano cinque o dieci associazioni massimo ed anche il governo, quando succede qualcosa in Cina, lo fa sapere tramite il Consolato e ogni membro dell'associazione dà quello che può, magari un euro. Però molto spesso si eleggeva chi aveva già successo come imprenditore, lo chiamavamo presidente o vice-presidente, si sapeva che stavano bene, che avevano soldi e magari potevano dare di più. Se succede qualcosa nel loro paese, possono aiutare a costruire non so, un padiglione per anziani, una scuola, magari*



## Capitolo VI

---

*tira fuori da solo questi soldi, un milione. Questo è una sua iniziativa personale, poi è anche parte di associazione. Ma l'associazione riguarda più Wencheng e Yuhu, tutte le persone del consiglio direttivo dell'associazione erano di Wencheng e Yuhu e più o meno sono tutti parenti. È stata fondata nel 1986 però è stata registrata ufficialmente solo nel 1994. Nel 1998 ho fondato l'Associazione Culturale Cinese di Torino, con segretaria generale una ragazza italiana. Però per poter fare attività l'associazione aveva bisogno di denaro e noi eravamo tutti volontari. Inoltre dico all'Associazione Italo-Cinese che nel consiglio direttivo dell'Associazione Culturale, proprio perché è culturale, devono entrare anche persone di Shanghai, di altre zone, del Fujiang, che ci sono qui a Torino. Ma loro hanno una mentalità un po' chiusa e rispondono di no, che sono un'associazione di paese, che siamo come parenti. Ma neanche io sono del loro paese e dico che non va bene. Capisco i loro pensieri: non hanno molto fiducia in persone che non conoscono. Ma, dico, l'associazione cosa porta? Anche perché l'associazione in Cina il governo la valuta come molto importante, come rappresentanti. Un'associazione deve avere degli obiettivi. E poi se non accetta altre persone non va bene. Da lì nasce polemica tra noi e dico che se è così me ne vado. Allora comincio a parlare con altri, compaesani, ma anche persone più giovani, anche di Wencheng, di Yuhu, e loro sono d'accordo per fondare un'altra associazione di compaesani, ma dico che non ha senso, perché nell'associazione culturale ci sono persone del Fujiang, di Shanghai, del Sichuan. Avevo anche dei contatti con politici, consiglieri comunali, provinciali e regionali e chiedo loro che nome propongono per la nostra associazione, e propongono "Associazione Immigrati Cinesi Uniti in Piemonte", che abbiamo accettato tramite una votazione, perché abbiamo un rapporto con Regione Piemonte, ma anche perché ci sono cinesi di fuori Torino che devono essere rappresentati. Abbiamo*

*inaugurato nel 2000 all'Hotel Ambasciatori e siamo andati anche sul giornale. Volevo tre obiettivi per questa associazione: aggiornare, informare, fare capire tutto ai miei compatrioti; avere un luogo d'incontro; fare educazione, come una scuola (nei primi anni organizza infatti corsi di lingua, di agopuntura, di cucina cinese, di massaggi)" (H,M,47).*

Vediamo quindi che la prima associazione era essenzialmente un'associazione di compaesani, che aveva l'obiettivo di stabilire cariche di rappresentanza, ma anche di aiutarsi tra immigrati della stessa origine e che si conoscevano già, "come parenti", e di investire in azioni di sostegno e di sviluppo dell'area di provenienza, mentre la seconda deriva dalla volontà di unire e federare tutti i cinesi della diaspora torinese che desiderino far parte di un'associazione, indipendentemente dall'esistenza di precedenti legami, per investire nel sostegno e nello sviluppo della comunità cinese torinese e nelle relazioni di mutua conoscenza con le istanze locali.

### ***6.5 Ritorno sui temi di un dibattito controverso: la cultura imprenditoriale zhejiangese***

In questi due paragrafi conclusivi desideriamo rapidamente riprendere i termini del dibattito sull'*ethnic business* e sulla cultura imprenditoriale degli immigrati cinesi, alla luce del materiale "di campo" illustrato nei paragrafi precedenti.

Abbiamo visto come alla base dell'etica del lavoro cinese ci sia effettivamente una propensione a "lavorare duro e masticare amaro" (Cologna, 2006a), che si esplicita in quella che Pairault chiama "la filosofia del *neng chiku*", indicando un'attitudine culturalmente acquisita (di ascendenza confuciana) a sopportare le privazioni che viene addotta dai migranti cinesi

come spiegazione del loro successo. Tuttavia, nota sempre questo autore, che questa filosofia spesso risulta essere piuttosto una spiegazione addotta a posteriori per giustificare la fatica fatta per raggiungere l'obiettivo dell'impresa, piuttosto che uno stile di vita (Pairault, 1996). Si legittimerebbero allora a posteriori delle pratiche che si sono sviluppate in determinate situazioni migratorie, richiamandosi ad una presunta "nobile" tradizione, con cui le connessioni oggettive non sono poi così evidenti (Gomez e Hsiao, 2004).

Cologna (2006a) sottolinea inoltre che, se la capacità di sopportare le situazioni di privazione e di sacrificio può essere considerata come appartenente culturalmente ad una popolazione abituata a vivere nella difficoltà e nell'incertezza, la spregiudicatezza e la propensione al rischio imprenditoriale dei Wenzhouren contrastano decisamente con caratteristiche come la prudenza, il senso di responsabilità e la propensione al risparmio che vengono attribuite al cinese medio (Cologna, 2006a). Ciò ci induce a riflettere sulla fretta eccessiva con cui talvolta si spiegano, mediante specificità culturali, alcune caratteristiche dell'agire economico dei cinesi della diaspora. L'audacia imprenditoriale dei Wenzhouren sembra nascere soprattutto dalla consapevolezza di avere tutto da guadagnare e niente da perdere, dal momento che si parte già indebitati. Per chi è già fortemente indebitato, infatti, delle strategie di sviluppo a basso profilo non sono perseguibili. In un contesto in cui chi non s'ingegna è perduto e non ci sono garanzie sociali, dall'audacia dei singoli migranti dipende la possibilità di ottenere benessere e sicurezza sociale per interi clan familiari (Cologna, 2006a). L'audacia, la spregiudicatezza e la spinta al rischio degli imprenditori cinesi della diaspora sembrano allora provenire da precise caratteristiche dei contesti socio-economici di partenza, ma anche dai vincoli dei contesti di inserimento.

Il tema dell'eredità culturale come base dell'elevata imprenditorialità dei migranti cinesi è al centro di un vivace dibattito, su cui si esprimono gli esperti della società e della diaspora cinese, che non è opportuno riprendere qui nella sua integralità, tanto più che ogni interpretazione dipende non soltanto dalla specificità del contesto di ricerca, ma anche dallo specifico sguardo dell'autore (Westwood, 1999; Yeung, 2004). Nella nostra ricerca, però, abbiamo notato che questa "attitudine", che è effettivamente estremamente diffusa tra i migranti delle prime generazioni, è seriamente rimessa in causa dagli imprenditori delle seconde generazioni, che siano nati in Italia o che siano arrivati nell'ambito del ricongiungimento familiare in età infantile o adolescenziale, nonché da migranti di arrivo relativamente recente ma di giovane età. Resta da capire se anche nello Zhejiang di oggi si faccia strada tra i giovani il desiderio di un altro rapporto con il lavoro, meno pressante e totalizzante, o se questa sia una tendenza che si rileva essenzialmente nei contesti migratori.

Tra le ragioni che spingono verso il lavoro autonomo, gli imprenditori cinesi citano la volontà di arricchirsi, *in primis*, ma anche il desiderio di non essere dipendente da qualcuno, soprattutto non da un connazionale. Ciò ricalca quanto notato anche da Pairault, che in una ricca indagine sui piccoli imprenditori cinesi a Parigi rileva quanto siano le preoccupazioni economiche, e poi di autonomia, a spingere i migranti cinesi verso l'impresa, preoccupazioni a suo avviso molto concrete e che non dipendono da una supposta cultura dell'imprenditoria. Egli conclude infatti che l'ardore con cui questi imprenditori si dedicano al lavoro e la frugalità di cui fanno mostra non sono tanto i segni di una predisposizione all'imprenditoria, quanto delle reazioni di fronte alla paura di restare disoccupati, in un contesto economico certo stagnante e che non offre possibilità d'impiego stabili (Pairault,

1995; Pairault, 1996). A noi sembra, invece, che la volontà di non sottostare ad un padrone, sia un elemento che merita di essere preso maggiormente in conto e che può spiegare, più che la paura della non occupazione, la volontà di intraprendere una carriera imprenditoriale piuttosto che di restare dipendente a vita. Il lavoro autonomo ci sembra quindi essere un valore centrale nell'ambito della cultura dei cinesi della diaspora, in vista del quale si è disposti a fare anche grandi sacrifici. Semmai va rivisto il senso che si attribuisce all'etica imprenditoriale, che nella nostra cultura siamo portati ad accostare allo "spirito del capitalismo". Uno dei principali teorici dello spirito imprenditoriale dell'Occidente è infatti Max Weber, che definisce l'ethos del capitalismo come la ricerca del profitto, un profitto sempre rinnovato, in un'impresa continua, razionale e pacifica, che mira all'accumulazione (Weber, 1991 [1905]). E se, in quanto avventura, l'acquisizione capitalista è un fenomeno diffuso in tutte le economie monetarie, in quanto stile di vita determinato, sostenuto da un'etica, lo spirito del capitalismo si è sviluppato soprattutto in Occidente, in seguito ad una dura lotta contro la "tradizione", ovvero contro modelli "comunitari" di gestione delle risorse. La particolarità del capitalismo occidentale risiede nell'organizzazione razionale capitalista del lavoro, che presuppone a sua volta due condizioni: la separazione dello spazio (reale ma anche metaforico) della famiglia, e di quello dell'impresa e la contabilità razionale. Se considerate in questa prospettiva, le imprese dei migranti cinesi ci sembrano iscriversi in uno spazio contraddittorio, poiché se da una parte s'inseriscono in un'ottica individualista e capitalista, perché mirano al profitto e all'accumulazione, dall'altra gli imprenditori restano legati alla logica della circolazione comunitaria del capitale, agli obblighi di dare e redistribuire le ricchezze all'interno delle proprie reti familiari e di *guanxi*. La volontà delle

seconde generazioni di distaccarsi dalla logica delle *guanxi* potrebbe quindi anche essere l'espressione della volontà di assumere uno stile di vita più individualista (che le scienze sociali tradizionalmente associano alla cultura occidentale) rispetto allo stile più "comunitario" in cui si iscrivono i loro genitori.

Un altro elemento che differenzia gli imprenditori cinesi dalla figura idealtipica degli imprenditori weberiani è legato a questa constatazione e risiede nelle spese ostentative in cui essi si impegnano. Sempre Pairault critica l'accento che viene spesso messo sull'etica della frugalità e dell'ardore lavorativo degli imprenditori cinesi, mostrando che la frugalità non è assolutamente un fine ultimo e che, sotto questo aspetto, i cinesi non potrebbero essere più lontani dai capitalisti puritani di cui parla Weber. Al contrario, l'ostentazione della ricchezza e le spese di prestigio sono i veri segni della riuscita, sempre per mantenere e coltivare la "faccia". I profitti si dissolvono quindi facilmente nell'acquisto di beni costosi e non necessari, ma visibili, come le lussuose Mercedes degli imprenditori "arrivati", che i cinesi di Torino chiamano i "macchinoni", segni tangibili di riuscita e di prestigio. Inoltre tutte le ricerche, compresa la nostra, mostrano che i migranti cinesi (per ora) preferiscono l'impresa familiare e sottolineano come questa scelta abbia anche degli effetti negativi che si manifestano in una diffusa confusione contabile. Secondo Pairault (1995) la piccola impresa familiare che rientra in questa tipologia è "per essenza anti-capitalista" e si basa non su un *ethos* del profitto, ma su un *ethos* della notabilità. Ciò non toglie che i profitti siano spesso reinvestiti in altre attività imprenditoriali, magari sempre a base familiare, ma questo in alcuni casi potrebbe anche avvenire più per questioni di "faccia" che in vista di massimizzare e diversificare le fonti di un profitto da accumulare.

Inoltre, abbiamo visto che il possesso di competenze professionali, intese come una particolare specializzazione nell'attività del settore, spesso non precede l'apertura dell'attività imprenditoriale ma viene acquisito nel corso della stessa, rischiando anche l'eventuale fallimento, proprio per mancanza di preparazione "tecnica" e di precedenti studi di mercato. È in questo senso, e anche prendendo in considerazione la mancanza di organizzazione razionale del funzionamento interno delle imprese dei cinesi della diaspora, che questi migranti possono essere definiti "più intraprendenti che imprenditori" (Pairault, 1996). Infatti, dietro il sipario del successo dell'imprenditoria cinese può esserci un retroscena caratterizzato da un dispendioso processo di prova ed errore, di frequenti e repentine aperture e chiusure di nuove imprese, un processo che si rivela dispendioso sia in termini di risorse economiche, che in termini di energia e di forza lavoro. Per questo le imprese dei migranti cinesi sarebbero efficaci ma non efficienti, anche perché spesso funzionano sulla base di una grande ridondanza di funzioni e di lavoro: non c'è quindi una massimizzazione del risultato al minor costo possibile, al contrario spesso i risultati si ottengono a prezzo del massimo sforzo necessario<sup>49</sup>.

I concetti di reciprocità e relazionalità dell'individuo che si dicono tipici del contesto cinese, sono in realtà alla base della riflessione socio-antropologica da decenni e non sono sola prerogativa dell'ambito cinese. Quel che forse è prerogativa è il flusso di denaro che circola lungo queste catene di conoscenza, amicizia e parentela, ma anche il suo corollario, ovvero l'attitudine al rischio, al buttarsi, che migranti di altre origini sembrano possedere in minor misura.

---

Nota

### 6.6 Un'economia etnica?

Stando al materiale raccolto ci sembra che non sia possibile parlare di un'economia etnica, o di un'*enclave* etnica, a proposito delle imprese dei cinesi a Torino.

Il termine "economia etnica" è spesso usato in modo vago e indica i molteplici modi in cui i gruppi etnici si inseriscono in svariate attività economiche. Il tratto principale sembra essere la proprietà, ovvero il fatto che membri di un determinato gruppo migrante siano auto-impiegati, si impegnino personalmente nel lavoro autonomo. Un altro elemento importante è l'impiego di co-etnici, ovvero il vantaggio di impiegare persone provenienti dalla stessa comunità migrante (oltre che membri della famiglia) (Portes e Jensen, 1987; Light e Karageorgis, 1994). Un terzo elemento riguarda la tendenza dei gruppi migranti a focalizzarsi essenzialmente su determinati settori dell'economia, fattore che dipende sia dal possesso di particolari competenze e abilità da parte del gruppo migrante, che dalle specifiche opportunità disponibili, ma anche da fenomeni di "eredità", cessione e passaggio di determinate attività tra co-etnici, come pure dall'esistenza di invisibili barriere che impediscono ai migranti di impegnarsi in altri settori (Light, Sabagh, Bozorgmehr e Der-Martirosian, 1994). Un altro aspetto che determina questo tipo di economia è quello del mercato: il fatto che si rivolga ad una clientela di co-etnici (Li, 1998; Li e Li, 1999). Infine si sottolinea spesso la relazione tra economia etnica e residenzialità, in altri termini la concentrazione spaziale (Waldinger, McEvoy e Aldrich, 1990; Wang, 1999). Si parla in tal caso di "*enclave* etnica", ovvero di un'area caratterizzata da un'elevata concentrazione di imprese gestite da immigrati in cui è impiegata una quota importante di forza lavoro immigrata, che si rivolgono dapprima ad una popolazione di co-etnici ed in



seguito alla popolazione locale nel suo insieme ed in cui l'iniziativa e l'auto-organizzazione degli immigrati producono un rapido progresso in termini di redditi e di *status* sociale (Portes e Manning, 1986).

I vari studi sull'economia etnica, insomma, disegnano un *continuum*, che va da singole attività di proprietà di gruppi "etnici" (o migranti), a tipi di economie parallele e intra-comunitarie, ma anche integrate in certo modo nel contesto economico più globale (Kaplan e Li, 2006). Insomma, c'è un vasto dibattito in sociologia sulla definizione dell'economia etnica, ma possiamo operare una sintesi sulla base di cinque elementi distintivi: la proprietà di immigrati, l'impiego di immigrati, una clientela etnica, la specializzazione in un determinato settore di prodotti "etnici" e la concentrazione spaziale. È stato rilevato come molte attività che vengono definite come "economie etniche" siano in realtà "economie miste" (Kloosterman e Rath, 2001), ovvero siano caratterizzate da uno o più degli elementi che rientrano nella definizione dell'economia etnica, ma siano al contempo una parte integrata e indispensabile dell'insieme dell'economia del contesto in cui si collocano. Ci sembra che questo sia il caso della maggior parte delle attività dei cinesi nelle grandi città italiane che, benché impieghino una manodopera essenzialmente composta da co-etnici, si rivolgono a clienti di tutte le origini, fornendo un prodotto o un servizio non specificamente etnico. In altri contesti italiani, invece, maggiormente legati alle specializzazioni di determinati distretti manifatturieri, come quello di Prato, si può anche parlare di "circuiti etnici" per far riferimento a imprese in cui il finanziamento, la produzione, la distribuzione, l'impiego ed il consumo sembrano svilupparsi per lo più all'interno della rete sociale migrante (Ma Mung, 1999), sebbene non si esauriscano nei suoi confini.

## I percorsi imprenditoriali dei migranti intervistati

---

Le attività degli imprenditori cinesi di Torino non si caratterizzano come etniche, né per il tipo di clientela a cui si rivolgono, né per il tipo di prodotti che offrono (Ambrosini, 2005). Il passaggio attraverso diversi settori di attività, dai laboratori ai ristoranti, dal commercio ai servizi, non mostra una specializzazione dell'offerta a favore di una clientela di co-etnici; al contrario, le attività si rivolgono ad una clientela variegata che comprende cinesi, italiani ed altri stranieri presenti a Torino. I prodotti offerti sono quindi accessibili a tutti e pensati per incontrare le esigenze di una popolazione variegata: la cucina, in genere, è riadattata al gusto locale, il commercio offre capi e oggetti destinati alla popolazione locale. Semmai è il settore dei servizi che si sta muovendo verso un'etnicizzazione, nel senso della clientela. Sono infatti sempre più degli operatori cinesi che offrono ad una clientela cinese dei servizi di tipo fiscale, di consulenza legale, ma anche consulenza immobiliare e di viaggio. In questo caso allora le insegne sono in cinese e l'attività appare del tutto ermetica ad un potenziale cliente che non parla o legge il cinese. Tuttavia in nessun caso, per quello che abbiamo potuto osservare attraverso la nostra ricerca, si riscontrano rapporti diretti con imprese in Cina, se si escludono i rari casi di sostegno all'esportazione per le imprese italiane verso la Repubblica Popolare Cinese. Questo costituisce un'importante differenza rispetto a quanto avviene per i cinesi del distretto industriale di Prato, per esempio, che, grazie ai rapporti saldi che hanno mantenuto con amici e parenti nel luogo di origine, possono approfittare di una produzione a basso costo situata in Cina (Dei Ottati, 2009), o rispetto a quanto avviene nel caso di certi grossi importatori dell'area milanese (Cologna, 2008a).

Riprendendo la categorizzazione elaborata da Maurizio Ambrosini (2005), possiamo quindi affermare che la maggior parte delle imprese (nel commercio, nella produzione ed in

alcune attività di servizio, come parrucchiere e centro massaggio) dei migranti cinesi a Torino sono "imprese aperte", o prossime, ovvero imprese che offrono prodotti non etnici a clienti sia etnici (i cinesi) che non (italiani o altri migranti). Seguono le imprese "esotiche", che offrono un prodotto che fa parte della cultura di origine dei migranti che si rivolge però ad una clientela esterna al circuito diasporico: è il caso della ristorazione. E si diffondono sempre più le imprese di tipo "intermediario" (ibid.): imprese che offrono servizi non etnici ad una popolazione di co-etnici (essenzialmente nel settore dei servizi: le agenzie immobiliari, di viaggi, di consulenza).

---

# Conclusioni

*a cura di Melissa Blanchard*

La ricerca condotta quest'anno mette in luce come i migranti cinesi siano particolarmente attratti dall'attività imprenditoriale, per motivazioni tanto di natura economica (l'attività imprenditoriale come modo per eccellenza di aumentare le proprie entrate) che sociale (lo *status* prestigioso, tanto per il titolare che per la sua famiglia, che deriva dal riuscire nell'impresa, la mobilità sociale che esso implica). Benché, come abbiamo potuto riscontrare, in alcuni casi l'investimento in un'attività autonoma sia incoraggiato anche dal non riconoscimento del capitale umano (livello di istruzione) dei migranti o dalla difficoltà linguistica, l'impresa non è un'attività di ripiego, ma una vera e propria aspirazione per i migranti cinesi, un fine in sé, poiché se l'impresa serve a far soldi, spesso questi soldi servono ad aprire un'altra impresa. Tuttavia, come abbiamo visto, la questione sulle origini culturali di tale aspirazione al lavoro autonomo resta controversa. Di sicuro, però, le particolarità dell'organizzazione sociale cinese incidono in modo nettamente positivo sul dinamismo imprenditoriale, favorendo, grazie al ricorso al sostegno economico delle *guanxi* ed ai particolari modi di reclutamento e di gestione della manodopera comunitaria, l'apertura delle attività in proprio e la resilienza degli impen-

## Conclusioni

---

ditori cinesi in tempi di crisi. Invece che alla teoria dello svantaggio, secondo cui la scelta del lavoro autonomo per i migranti avviene come una reazione alla difficoltà di inserimento nel mercato del lavoro del paese d'immigrazione (Ambrosini, 2005), il caso cinese sembra adattarsi più a quella che potremmo chiamare una "teoria dell'intraprendenza", che nel caso dei migranti cinesi si basa in modo fondamentale sul ricorso alle risorse etniche. Le relazioni di reciprocità hanno in effetti un ruolo fondamentale nel determinare il percorso migratorio e professionale di questi migranti. Spesso è stato messo in luce che questi rapporti assumono un'importanza fondamentale e dei significati e valori nuovi proprio nella migrazione, con il suo portato di incertezza e vulnerabilità. E tuttavia, il peso di questo tessuto relazionale può paradossalmente limitare l'autonomia di migranti che, proprio attraverso la migrazione, sono riusciti a realizzare una compiuta ascesa sociale e a raggiungere un confortevole benessere economico (Cologna, 2006b).

In ogni caso, è qui, nel profondo radicamento dell'economia dei cinesi della diaspora nel particolare sostrato delle relazioni sociali "comunitarie", che risiede forse il tratto determinante della specificità cinese nel panorama dell'imprenditoria straniera in Italia. Negli ultimi anni, però, l'impresa cinese si è sviluppata notevolmente anche grazie ai rapporti diretti che intrattiene con la madrepatria e che, come abbiamo visto, attivano relazioni complesse e che si estendono in diversi campi (da quello strettamente commerciale, al campo economico e familiare più in generale). Un'altra specificità, che, come abbiamo rilevato, non è certo senza relazioni con la vivacità delle reti di sostegno comunitario, è quella della propensione all'assunzione di rischio. Essa va spesso di pari passo con l'assenza di studi di mercato precedenti l'apertura dell'attività, così come con la frequente mancanza di specifiche competenze nei settori scelti

## Conclusioni

---

per intraprendere. Punti deboli che sono però compensati, da una parte dalla solidarietà familiare e, dall'altra, dalla disposizione a sacrificarsi nel lavoro, senza curarsi troppo dei carichi di fatica e degli orari spossanti. Ne emergono però, come corollario, dei problemi con i figli, dei problemi di salute, oltre alle difficoltà di inserimento nel contesto locale. La struttura tipica dell'impresa cinese è formata dal titolare, da membri della sua famiglia<sup>50</sup> e poi dai dipendenti, quasi sempre cinesi. Questo la rende più flessibile in tempi di crisi: in tal caso, è impossibile licenziare i familiari, ma si può ridurre il personale oppure proporre al dipendente cinese una riduzione momentanea dello stipendio, che verrà quasi accettata con relativa facilità perché si basa su una garanzia personale (la "faccia"), sulla fiducia, sulla condivisione del valore della parola data.

Va detto però che le ricerche sulla diaspora cinese si allontanano sempre più da un modello che essenzializza la cultura e la tradizione cinese. Non solo perché la "cultura" non è mai qualcosa di stabile, monolitico ed uguale a se stesso nel tempo, e "posseduto" nello stesso modo da tutte le persone originarie di una determinata zona. Al contrario, la cultura è qualcosa che è in continuo cambiamento e trasformazione (Augé, 1994). Ma anche perché non si può pensare che queste trasformazioni non siano accelerate dall'esperienza migratoria. Per cui, se si sottolinea l'importanza dei legami familiari, delle reti sociali (le *guanxi*) e della concezione tradizionale del lavoro e dei rapporti di dipendenza sul lavoro, vanno anche messi in luce gli elementi di rottura con la tradizione, non solo da parte dei migranti di seconda generazione, che in tal modo si differenziano da quelli della prima, ma anche da parte di questi ultimi, sebbene in minore misura (Ma Mung, 1992; Marsden, 2002; Cologna e Breveglieri,

Nota

---

<sup>50)</sup> Dal momento che gli imprenditori sono quasi sempre sposati, l'attività è da considerarsi automaticamente familiare.

## Conclusioni

---

2003; Ambrosini e Molina, 2004; Ceccagno, 2004). Ciò deve spingerci a pensare i gruppi migranti come un insieme di famiglie, reti parentali, ma anche eventualmente di individui non sempre solidali tra loro, "con interessi spesso distinti, semmai uniti occasionalmente solo da vincoli di reciproca utilità" (Ceccagno e Rastrelli, 2008:134), anche perché l'obiettivo che sottostà al progetto migratorio, ovvero l'arricchimento mediante la realizzazione di un'impresa familiare, accomuna i migranti ma allo stesso tempo li rende concorrenti tra loro. Più che di un'unica comunità cinese, si deve quindi parlare di universi frammentati dove, peraltro, non c'è spazio per controlli unici o totalitari (ibid.). Ed infatti, come abbiamo visto, anche la comunità degli imprenditori cinesi di Torino è variegata e eterogenea: ci sono prime e seconde generazioni di imprenditori, giovani e anziani, imprenditori più integrati e più isolati, più tradizionali e più moderni, diversi modelli di impresa e diversi approcci al lavoro.

A questo proposito, vorremmo tornare su uno dei tanti luoghi comuni, quello dello sfruttamento del lavoro all'interno alla comunità cinese, per sottolineare che, se questa lettura del lavoro esiste ed è stata documentata, la nostra ricerca disegna un quadro in cui le imprese cinesi si costruiscono con fatica, a forza di grandi sacrifici e rinunce, dove vi è poco spazio per l'individualismo, ma non si basano necessariamente sull'oppressione e tanto meno sullo schiavismo. Piuttosto, è il peso dei debiti contratti per intraprendere il viaggio migratorio ed avviare l'attività che può finire per obbligare i migranti a sobbarcarsi orari e ritmi di lavoro massacranti e confinarli nelle anguste frontiere della comunità diasporica. Se a ciò si aggiungono il problema della lingua e la mancanza di spazi e di occasioni di incontro, si capisce perché spesso i migranti cinesi abbiano difficoltà a relazionarsi con la società locale.

Un altro luogo comune si basa sull'osservazione della circolazione delle risorse e dei soldi,

## Conclusioni

---

soprattutto in contanti, lungo i reticoli delle *guanxi* ed alimenta nell'immaginario occidentale, che non ne conosce e condivide i fondamenti, rappresentazioni di azioni illecite e di corruzione, di pratiche criminose legate alla fantomatica "mafia" cinese. Da questo equivoco nasce il luogo comune che la comunità cinese sia controllata e guidata da strutture mafiose, mentre in realtà non è così. L'influenza delle triadi in Italia, infatti, non sembra essere così pervasiva e la criminalità cinese non appare più offensiva o pericolosa di quella di gruppi di altre origini (Ceccagno e Rastrelli, 2008).

Questa ricerca ha delineato anche che l'imprenditoria cinese a Torino si differenzia per caratteristiche specifiche rispetto a quella dei capoluoghi della diaspora cinese in Italia, come Prato e Milano. Benché nelle prime fasi, infatti, essa abbia avuto uno sviluppo parallelo a quella dell'imprenditoria cinese a Milano, cominciata con la vendita ambulante dei pionieri negli anni Venti, diversificatasi poi nel settore dei laboratori e della ristorazione, dagli anni Novanta, nella provincia di Torino, essa imbocca strade che le sono proprie. In primo luogo, la produzione dei laboratori non si è mai diffusa in modo cospicuo come a Prato e a Milano ed ormai si riduce a pochissime unità. In secondo luogo, la ristorazione continua a rivestire un ruolo centrale, mentre l'economia "etnica", ovvero costituita da migranti che vendono prodotti caratteristici del luogo d'origine per una clientela composta da cinesi, si è sviluppata in modo molto marginale. Sono invece il settore dei servizi e dei commerci "aperti", ovvero rivolti ad una clientela multietnica, che prendono il sopravvento. Il settore terziario, quindi, occupa sempre più spazio, che si tratti di commercio, di servizi per il benessere del corpo (centri massaggi e parrucchieri), rivolti ad una popolazione mista, anche se composta in prevalenza da italiani, o di servizi di consulenza fiscale, amministrativa, immobiliare, che si rivolgono maggiormente



## Conclusioni

---

ad una popolazione di co-etnici. Il commercio, come mostrano i dati quantitativi, costituisce una quota importante del totale delle imprese cinesi e si appoggia su un fitto reticolo di fornitori, produttori ed importatori, che si trovano in altri capoluoghi della presenza cinese in Italia, come Prato e Milano, ma anche Macerata per esempio. Le attività imprenditoriali della diaspora cinese a Torino hanno quindi una propria specificità, che dipende dal particolare assetto socio-economico della città in cui sono basate, ma hanno anche dense connessioni con le imprese cinesi basate in altri punti di Italia, disegnando un fitto reticolo, che si espande lungo buona parte della penisola e che testimonia la mobilità e il dinamismo dei migranti cinesi in Italia, oltre che della sua versatilità e della capacità di adattarsi alle esigenze del contesto di arrivo ed ai mutamenti del mercato.

---

## Ringraziamenti

Si ringraziano tutte le persone che hanno accettato di collaborare a questa ricerca, rispondendo alle nostre domande.

In particolare si ringraziano gli imprenditori cinesi che hanno accettato di essere intervistati, i rappresentanti delle quattro associazioni cinesi di Torino di prima e di seconda generazione (Chen Ming dell'Associazione Nuova Generazione Italo-Cinese, Paolo SG. Hu dell'Associazione Immigrati Cinesi Uniti in Piemonte, Yu Xujuan dell'Associazione cinese e italo-cinese di Torino, Hu F. Mei di Associna e la rete Avvicina). Si ringraziano anche i nostri testimoni privilegiati, italiani e non: Simone Ottaviani, direttore, e Sun Xuechen della filiale di Banca San Paolo di Piazza della Repubblica, Antonella Mussino del Settore Estero della Camera di commercio di Torino, Antonio Ciavarra della Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa.

Un ringraziamento particolare va a Chen Ming (ANGI-Avvicina), che ci ha seguiti passo dopo passo, sostenendoci con grande disponibilità e simpatia nella costruzione della nostra rete di contatti.

Infine, desideriamo ringraziare in modo speciale il Professor Daniele Cologna, verso il quale abbiamo un grande debito intellettuale, che ci ha aiutati con molta disponibilità a comprendere meglio le affascinanti particolarità della cultura e della diaspora cinese.



---

## Riferimenti bibliografici

ABBIATI M. (2006) *Propizio è intraprendere imprese. Aspetti economici e socioculturali del mercato cinese*, Venezia, Libreria Editrice Cafoscarina.

AMBROSINI M. (2005) *Sociologia delle migrazioni*, Bologna, Il Mulino.

AMBROSINI M., a cura di, (2009) *Intraprendere fra due mondi. Il transnazionalismo economico degli immigrati*, Bologna, Il Mulino.

AMBROSINI M. e S. MOLINA (a cura di) (2004) *Seconde generazioni. Un'introduzione al futuro dell'immigrazione in Italia*, Milano, Franco Angeli.

ANDREINI A. (2006) "La cultura cinese e l'eredità della tradizione" in Abbiati M. (a cura di) *Propizio è intraprendere imprese. Aspetti economici e socioculturali del mercato cinese*, Venezia, Libreria Editrice Cafoscarina.

AUGÉ M. (1994) *Le sens des autres. Actualité de l'anthropologie*, Paris, Fayard.

BAKER H. D. R. (1979) *Chinese family and kinship*, New York, Columbia University Press.

BECKER G. S. (1964) *Human Capital*, New York, Columbia University Press.

## Riferimenti bibliografici

---

BECUCCI S. (2008) "Immigrazione cinese e mercato del lavoro in Italia. Un caso di interconnessione funzionale fra economia formale e informale", *Studi sulla questione criminale. Nuova serie di "Dei delitti e delle pene"*, anno III, 3, 61-76.

BERTI F. (2000) *Esclusione e integrazione. Uno studio su due comunità di immigrati*, Milano, Franco Angeli.

BERZANO L., C. GENOVA, M. INTROVIGNE, R. RICUCCI e P. ZOCCATELLI (2008) *Cinesi a Torino. La crescita di un arcipelago*, Bologna, Il Mulino.

BLANCHARD M. (2010) "Fare mercato a Torino: l'inserimento degli stranieri nel commercio ambulante" in Torino F.-C. d. C. d. (a cura di) *L'integrazione in piazza: commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani*, Torino, Camera di commercio di Torino.

BLOOM I. (1985) "On the matter of the mind: the metaphysical basis of the expanded self" in Munro D. (a cura di) *Individualism and Holism: Studies in Confucian and Taoist Values*, Ann Arbor, Center of Chinese Studies University of Michigan.

BOURDIEU P. (1986) "The Forms of Capital" in Richardson J. G. (a cura di) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood Press.

BRESSAN N. (2009) *La comunità cinese nel Trentino. Integrazione sociale e impatto sulle attività economiche del territorio*, Rapporto di ricerca per il Centro Martino Martini Rapporti Culturali Europa - Cina (Università di Trento).

BRESSAN N. (2011) *La presenza economica cinese nel settore della ristorazione a Milano e del distretto del porfido a Trento (titolo provvisorio)*, Dottorato in Sociologia, Università di Trento.

## Riferimenti bibliografici

---

CAMMARATA M. (2010) "Stranieri a Torino nel 2009. Dati generali e focus sugli immigrati dalla Romania", *Comune di Torino, Settore Statistica e Toponomastica*.

CAMPANI G., F. CARCHEDI e A. TASSINARI (a cura di) (1994) *L'immigrazione silenziosa. Le comunità cinesi in Italia*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.

CAMPANI G., L. MADDII, M. GUILLON e E. MA MUNG (1992) "Un monde à part: les Chinois en Toscane", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 8, 3, pp. 51-72.

CARCHEDI F. (1994) "La presenza cinese in Italia. Direzionalità dei flussi, dimensioni del fenomeno e caratteristiche strutturali" in Campani G., F. Carchedi e A. Tassinari (a cura di) *L'immigrazione silenziosa. Le comunità cinesi in Italia*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.

CARITAS/MIGRANTES (2010) *Immigrazione. Dossier statistico 2010*, Roma, IDOS.

CASTAGNONE E. (2008) "Migranti e consumi: il versante dell'offerta. Strategie di imprenditoria straniera nel settore del commercio alimentare al dettaglio", *Mondi Migranti*, 3.

CECCAGNO A. (1997) *Il caso delle comunità cinesi. Comunicazione interculturale e istituzioni*, Roma, Armando.

CECCAGNO A. (1998) *Cinesi d'Italia. Storie in bilico tra due culture*, Roma, Manifestolibri.

CECCAGNO A. (1999) "Nei-Wai. Interazioni con il contesto socioeconomico e auto-referenzialità etnica nelle comunità cinesi in Italia", *Mondo Cinese*, 101, maggio-agosto, pp. 75-93.

CECCAGNO A. (a cura di) (2003) *Migranti a Prato. Il distretto tessile multi-etnico*, Milano, Franco Angeli.

## Riferimenti bibliografici

---

- CECCAGNO A. (a cura di) (2003) *"Migranti a Prato. Il distretto tessile multi-etnico"*, Milano, Franco Angeli.
- CECCAGNO A. (2004) *Giovani migranti cinesi.*, Milano, Franco Angeli.
- CECCAGNO A. (2007) "Compressing Personal Time: Ethnicity and Gender among the Chinese in Italy", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 33, 4, pp. 635-654.
- CECCAGNO A. (2009) "La diaspora cinese" in Samarani G. e M. Scarpari (a cura di) *La Cina. III. Verso la modernità*, Torino, Einaudi.
- CECCAGNO A. e R. RASTRELLI (2008) *Ombre cinesi? Dinamiche migratorie della diaspora cinese in Italia*, Roma Carocci.
- CENSIS (2005) *Italy Today Social Picture and Trends 2005*, Milano, Franco Angeli.
- CNEL (2010) *Indici di integrazione degli immigrati in Italia. Il potenziale di integrazione nei territori italiani. Analisi dell'occupazione e della criminalità per collettività, VII Rapporto*, [www.cnel.it](http://www.cnel.it)
- CNEL (2011) *La criminalità organizzata cinese in Italia. Caratteristiche e linee evolutive, Osservatorio socio-economico sulla criminalità*, [www.cnel.it](http://www.cnel.it)
- COLEMAN J. S. (1988) "Social capital in the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, 94, pp. S95-S120.
- COLOGNA D. (1997) "Un'economia etnica di successo" in Farina P., D. Cologna, A. Lanzani e L. Breveglieri (a cura di) *Cina a Milano. Famiglie, ambienti e lavori della popolazione cinese a Milano*, Milano, Abitare Segesta.
- COLOGNA D. (2005) "Differential Impact of Transnational Ties of Chinese Migrants from Zhejiang Province in Italy on the Socio-Economic Development of their Districts of Origin", *Asian Pacific Migration Journal*, 14, 1-2, pp. 121-147.

## Riferimenti bibliografici

---

COLOGNA D. (2006a) "Oltre la "supremazia paternalistica": l'archetipo dell'audacia e i modelli di leadership degli imprenditori cinesi in Italia", *Itinerari d'impresa*, 8, pp.199-208.

COLOGNA D. (2006b) "Storie d'amore e d'opportunità: il matrimonio come strategia di riscatto sociale tra gli immigrati cinesi in Italia? I paradossi delle politiche migratorie italiane alla prova dei fatti", *Itinerari d'impresa*, 10, pp. 153-161.

COLOGNA D. (2006c) "L'immigrazione cinese in Italia: una realtà in rapida evoluzione", *Asse-Azione sociale*, 8.

COLOGNA D. (2008a) "Il caso Sarpi e la diversificazione dell'imprenditoria cinese", in "in Cima R., M. Dancelli, T. Parisi e Rinaldi G (a cura di) *Un dragone nel Po. La Cina in Piemonte tra percezione e realtà*, Torino, Edizioni dell'Orso.

COLOGNA D. (2008b) "Il quartiere cinese di Milano: territorio conteso o laboratorio di ridefinizione dell'identità sociale degli immigrati cinesi in Italia?", *Mondo Cinese*, 134, Gennaio-Marzo [http://www.tuttocina.it/Mondo\\_cinese/134/134\\_colo.htm](http://www.tuttocina.it/Mondo_cinese/134/134_colo.htm)

COLOGNA D. e L. BREVEGLIERI (a cura di) (2003) *I figli dell'immigrazione. Ricerca sull'integrazione dei giovani immigrati a Milano*, Milano, Franco Angeli.

COLOGNA D. e P. FARINA (1997) "Dove s'infrangono le onde dell'oceano ci sono i cinesi d'oltremare" in Farina P., D. Cologna, A. Lanzani e L. Breveglieri (a cura di) *Cina a Milano*, Milano, Abitare Segesta.

COLOMBI M. (a cura di) (2002) *L'imprenditoria cinese nel distretto industriale di Prato*, Firenze, Leo Olschki Editore.

CUNEO-CARITAS I.-P. D. (2006) *2° Rapporto sull'immigrazione in provincia di Cuneo 2006*, Cuneo.



## Riferimenti bibliografici

---

DEI OTTATI G. (2009) "Distretti industriali italiani e doppia sfida cinese", *Rivista dell'Associazione Rossi-Doria*, 1, pp. 123-142.

DI CORPO U. (2009) "L'immigrazione cinese in Italia: uno sguardo al di là dei luoghi comuni" in Caritas/Migrantes (a cura di) *Dossier Statistico Immigrazione 2009*, Roma, IDOS.

FAYARD P. (2010) *Vincere senza combattere. Da Sun Tzu ai 36 strategemi: l'arte della strategia secondo l'antico pensiero cinese*, Milano, Ponte alle grazie-Adriano Salani Editore.

FIERI E CAMERA DI COMMERCIO DI TORINO (2009) *I viaggi del cibo, il cibo dei viaggi*, Torino, Camera di commercio di Torino.

GALLI S. (1994) "Le comunità cinesi in Italia: caratteristiche organizzative e culturali" in Campani G., F. Carchedi e A. Tassinari (a cura di) *L'immigrazione silenziosa. Le comunità cinesi in Italia*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.

GENOVA C. (2008a) "La metodologia e le tecniche della ricerca" in Berzano L., C. Genova, M. Introvigne, R. Ricucci e P. Zoccatelli (a cura di) *Cinesi a Torino. La crescita di un arcipelago*, Bologna, Il Mulino.

GENOVA C. (2008b) "Non solo ristoranti. Lavoro e impresa tra vocazione e necessità" in Berzano L., C. Genova, M. Introvigne, R. Ricucci e P. Zoccatelli (a cura di) *Cinesi a Torino. La crescita di un arcipelago*, Bologna, Il Mulino.

GLICK SCHILLER N. (2010) "A Global Perspective on Transnational Migration: Theorizing Migration without Methodological Nationalism" in Bauböck R. e T. Faist (a cura di) *Diaspora and Transnationalism: Concepts, Theories and Methods*, Amsterdam, Amsterdam University Press.

## Riferimenti bibliografici

---

GOMEZ E. T. e H. M. HSIAO (a cura di) (2004) *Chinese Enterprise, Transnationalism and Identity*, London, Routledge.

HOFSTEDE G. e M. H. BOND (1988) "The Confucius connection: from cultural roots to economic growth", *Organizational Dynamics*, 17, pp. 4-21.

INTROVIGNE M. (2008) "Tra speranze e paure. L'immigrazione cinese nella letteratura sociologica" in Berzano L., C. Genova, M. Introvigne, R. Ricucci e P. Zoccatelli (a cura di) *Cinesi a Torino. La crescita di un arcipelago*, Bologna, Il Mulino.

JOHNSON C. A. (1995) *Japan: Who Governs? The Rise of the Developmental State*, New York, London, W. W. Norton & Company.

JULLIEN F. (1998) *Trattato dell'efficacia*, Torino, Einaudi.

KAPLAN D. e W. LI (a cura di) (2006) *Landscapes of the ethnic economy*, Lanham, MD, Rowman & Littlefield.

KLOOSTERMAN R. e J. RATH (2001) "Immigrants entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27, 2, pp. 189-201.

LACZKO F. (2003) "Understanding Migration between China and Europe", *International Migration*, 41, 3, (special issue I).

LI P. S. e Y. LI (1999) "The consumer market of the enclave economy: A study of advertisement in a Chinese daily newspaper in Toronto", *Canadian Ethnic Studies*, 31, 2, pp. 43-60.

LI W. (1998) "Los Angeles' Chinese ethoburb: From ethnic service center to global economy outpost", *Urban Geography*, 19, 6, pp. 502-517.

## Riferimenti bibliografici

---

LIGHT I. e S. KARAGEORGIS (1994) "The ethnic economy" in Smelser N. J. e R. Swedberg (a cura di) *The handbook of economic sociology*, New York, Russell Sage Foundation Press.

LIGHT I., G. SABAGH, M. BOZORGMEHR e C. DER-MARTIROSIAN (1994) "Beyond the Ethnic Enclave Economy", *Social Problems*, 41, 1, pp. 65-80.

MA MUNG E. (1992) "Dispositif économique et ressources spatiales: éléments d'une économie de la diaspora", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 3, 8, pp. 175-189.

MA MUNG E. (1994) "Non-luogo e utopia: la diaspora cinese e il territorio" in Campani G., F. Carchedi e A. Tassinari (a cura di) *L'immigrazione silenziosa. Le comunità cinesi in Italia*, Torino, Edizioni Fondazione Agnelli.

MA MUNG E. (1999) "La dispersion comme ressource", *Cultures et conflits*, 33-34, pp. 89-103.

MARSDEN A. (2002) "Il ruolo della famiglia nello sviluppo dell'imprenditoria cinese a Prato" in Colombi M. (a cura di) *L'imprenditoria cinese nel distretto industriale di Prato*, Firenze, Leo S. Olschki.

MARSDEN A. e D. CASERTA (2010) *Storie e progetti imprenditoriali dei cinesi di Prato*, Prato, Ufficio Studi Camera di commercio di Prato.

MAZZEI F. e V. VOLPI (2010) *La rivincita della mano visibile. Il modello economico asiatico e l'occidente*, Milano, Università Bocconi Editore.

MONASH INSTITUTE FOR THE STUDY OF GLOBAL MOVEMENTS (2008), "Living outside the walls: the Chinese in Prato", *Around the Globe*, 4, 3.

OCSE (2010) *International Migration Outlook*, SOPEMI 2010, OECD, Parigi.

ORIANI R. e R. STAGLIANÒ (2008) *I cinesi non muoiono mai*, Milano, Chiarelettere.

## Riferimenti bibliografici

---

PAIRAULT T. (1995) *L'intégration silencieuse: La petite entreprise chinoise en France*, Paris, L'Harmattan.

PAIRAULT T. (1996) "Des immigrants entrepreneurs ou entreprenants ? La petite entreprise chinoise en France", *Espace-Population-Sociétés*, 2-3, pp. 431-438.

PORTES A. e L. JENSEN (1987) "What's an ethnic enclave? The case for conceptual clarity", *American Sociological Review*, 52, pp. 768-771.

PORTES A. e R. D. MANNING (1986) "The immigrant enclave: Theory and empirical examples" in Olzak S. e J. Nagel (a cura di) *Competitive Ethnic Relations*, Orlando, Florida, Academic Press.

PORTES A. e J. SENSENBRENNER (1993) "Embeddedness and immigration: Notes of the social determinants of economic action", *American Journal of Sociology*, vol. 98, n.6.

RAMPINI F. (2005) *Il secolo cinese. Storie di uomini, città e denaro dalla fabbrica del mondo*, Milano, Arnoldo Mondadori Editore.

REDDING G. (1990) *The Spirit of Chinese Capitalism*, Berlin, De Gruyter.

RICUCCI R. (2008) "La diaspora cinese. Dinamiche internazionali ed esiti locali" in Berzano L., C. Genova, M. Introvigne, R. Ricucci e P. Zoccatelli (a cura di) *Cinesi a Torino. La crescita di un arcipelago*, Bologna, Il Mulino.

SCHUMPETER J. (1983) *La théorie de l'évolution économique, recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz.

TASSINARI A. (1994) "L'immigrazione cinese in Toscana" in Campani G., F. Carchedi e A. Tassinari (a cura di) *L'immigrazione silenziosa. Le comunità cinesi in Italia*, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.

## Riferimenti bibliografici

---

WALDINGER R., D. MCEVOY e H. ALDRICH (1990) "Spatial Dimensions of Opportunity Structures" in Waldinger R., H. Aldrich e R. Ward (a cura di) *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, London, Sage.

WANG S. (1999) "Chinese commercial activity in the Toronto CMA: New development patterns and impacts", *The Canadian Geographer*, 43, pp. 19-35.

WEBER M. (1991 [1905]) *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Milano, Biblioteca Universale Rizzoli.

WEBER M. (2001) *Il miracolo cinese*, Bologna, Il Mulino.

WESTWOOD R. (1999) "Armonia e patriarcato. La base culturale della 'supremazia paternalistica' tra i cinesi d'oltremare" in Quaglino G. P. (a cura di) *Leadership. Nuovi profili di leader per nuovi scenari organizzativi*, Milano, Raffaello Cortina Editore.

YEUNG H. W. (2004) *Chinese Capitalism in a Global Era: Toward Hybrid Capitalism*, London, Routledge.



Nel quinto rapporto di ricerca realizzato dalla Camera di commercio di Torino e da FIERI - Forum Internazionale ed Europeo di Ricerche sull'Immigrazione - si è scelto di guardare con particolare attenzione alla componente imprenditoriale cinese e alla relazione che lega progetti imprenditoriali e migratori di una comunità ormai storica della provincia di Torino. L'analisi, accanto al consueto approfondimento statistico, si è sviluppata a partire da un inquadramento storico e teorico, ed è corredata da numerose interviste ad alcuni rappresentanti della comunità, nonché a testimoni privilegiati. Ne emerge una realtà imprenditoriale variegata ed eterogenea, come è quella cinese che vive e lavora in provincia di Torino - prime e seconde generazioni di imprenditori, giovani ed anziani, molteplici modelli di imprese e diversi approcci al lavoro - per la quale "diventare *laoban*" (imprenditore) rappresenta senza dubbio una tappa centrale del più ampio ed importante percorso di vita.