



UNIONE
EUROPEA



MINISTERO
DELL'INTERNO

Fondo Europeo per l'Integrazione di cittadini di Paesi terzi
AP 2012, Azione 8 "Scambio di esperienze e buone pratiche"

Progetto IMPRA

**IMPRENDITORIA MIGRANTE IN PIEMONTE E RHÔNE-ALPES:
DIALOGO STRUTTURATO CON ASSOCIAZIONISMO MIGRANTE
E COOPERAZIONE INTERNAZIONALE**

Imprenditoria migrante in Piemonte e Rhône-Alpes

**I servizi territoriali esistenti,
il ruolo dell'associazionismo migrante,
le relazioni con la cooperazione internazionale
e casi studio di imprenditoria migrante transnazionale**

A cura del



E con i contributi di:



KapE 360

Questa pubblicazione è stata prodotta grazie al contributo dell'Unione Europea e del Ministero dell'Interno italiano nel quadro delle attività del progetto "IMPRA" (Progetto 104454 - CUP H19G13000320005). I contenuti rientrano sotto la sola responsabilità del COP e delle associazioni partner del progetto e non rispecchiano necessariamente il punto di vista dell'Unione Europea e del Ministero dell'Interno italiano.



PROVINCIA
DI TORINO

Premessa

Il peso dell'imprenditoria migrante all'interno delle economie dei paesi europei è andato aumentando negli ultimi anni¹, contribuendo in maniera significativa alla crescita economica e occupazionale dei territori di accoglienza dei migranti², in gran parte interessati da una grave crisi socio-economica.

A differenza dello stereotipo che associa il lavoratore straniero ad attività di scarsa qualità, poco remunerative e sovente informali³, si contrappone una realtà diversa, composta da esperienze complesse e fondate su legami forti con il territorio di destinazione e di provenienza.

L'imprenditoria diventa quindi un elemento di stimolo per migliorare l'inserimento sociale dei cittadini stranieri e dare un nuovo impulso ad aree precedentemente in fase di abbandono.

Allo stesso tempo, l'imprenditoria migrante (o etnica) porta con sé un'altra importante considerazione. Essa svolge la funzione di ponte, di collegamento con i mercati di quei paesi, e apre prospettive nuove per l'internazionalizzazione delle economie dei paesi di provenienza e di destinazione: il radicamento dei migranti (in questo caso, imprenditori) all'interno delle due comunità permette loro di sfruttare le esperienze maturate e le reti create, che fungono da capitale sociale per l'avvio e la gestione delle attività imprenditoriali. È possibile quindi affermare che gli imprenditori migranti stabiliscono con maggior facilità relazioni economiche con i paesi d'origine rispetto agli imprenditori europei, grazie alle reti di contatti personali/famigliari e alla conoscenza dei mercati di tali paesi.

A riprova di queste considerazioni, la Commissione mondiale sulle migrazioni internazionali (2005) indica che *"il ruolo dei migranti nella promozione dello sviluppo dei paesi di origine, così come il loro contributo alla prosperità nel paese di destinazione deve essere riconosciuta e rafforzata [...] diventando parte integrante delle strategie di crescita economica nazionali, regionali e globali"*.

È altresì vero che, per quanto spesso presente nel progetto migratorio, il transnazionalismo delle attività imprenditoriali dei migranti rimane ancora inferiore alle potenzialità a causa dell'informalità delle relazioni economiche stabilite con il territorio di origine e delle difficoltà vissute nel "fare impresa" in Italia, che frenano lo slancio all'internazionalizzazione. Si pensi, ad esempio, alla minore (-27%) probabilità di sopravvivenza rispetto alle imprese autoctone⁴, o alla problematicità dell'accesso al credito per i nuovi cittadini/imprenditori che influenzano negativamente la tendenza ad allargare la attività verso il paese d'origine.

¹ Rath, J. et al., Promoting Ethnic Entrepreneurship in European Cities (Promuovere l'imprenditoria etnica nelle città europee), Eurofound, Lussemburgo, 2011.

² Si noti, a titolo di esempio che il 26% dei nuovi assunti da imprese con titolare marocchino proviene da altri paesi, tra cui anche persone "autoctone" (Dati: Osservatorio sul mercato del lavoro della Provincia di Torino, 2012).

³ A riguardo, si fa sovente riferimento alle cosiddette tre "d" *dirty, dangerous, demanding*, con cui si identificano le attività lavorative dei migranti.

⁴ Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries (Aperto! - l'imprenditoria migrante nei paesi dell'OCSE), 2010.

Inoltre, per quanto riguarda il caso italiano (e piemontese in particolare), le ricerche sul transnazionalismo sono ancora poco disponibili, anche a causa di un fenomeno migratorio relativamente recente che implica legami non ancora particolarmente solidi tra le comunità immigrate e il territorio italiano.

A partire da queste considerazioni nasce il progetto **IMPRA - Imprenditoria Migrante in Piemonte e Rhône-Alpes: dialogo strutturato con associazionismo migrante e cooperazione internazionale** (n° 104454 – CUP H19G13000320005), co-finanziato dal Ministero dell'Interno e dall'Unione Europea - Fondo Europeo per l'integrazione dei cittadini di paesi terzi (AP 2012, Azione 8 "Scambio di buone pratiche"), nell'ambito del quale ONG, enti pubblici, imprenditori, associazioni di migranti, soggetti attivi nel sostegno all'impresa della provincia di Torino si sono trovati a discutere e confrontarsi con i loro omologhi francesi della regione Rhône-Alpes per condividere buone pratiche di promozione dell'imprenditoria etnica e per rafforzare il ruolo che le comunità (associazioni di migranti in primis) possono avere nel sostenere le attività economiche dei connazionali.

Perché se è vero, come nel caso torinese, che raramente queste associazioni dispongono di strumenti e competenze sufficienti per fornire un supporto diretto a chi si mette "in proprio", alcuni studi hanno dimostrato il ruolo fondamentale che le reti comunitarie possono avere per la nascita e lo sviluppo delle imprese transnazionali⁵

La presente iniziativa interviene proprio su questo, per analizzare e comparare le buone pratiche esistenti in provincia di Torino, arricchendo la discussione con le esperienze realizzate in un contesto simile, come quello della regione Rhône-Alpes (Francia), e infine fornendo un primo percorso di rafforzamento delle associazioni di migranti per renderle soggetti attivi nella promozione dell'imprenditoria e delle relazioni con i paesi d'origine.

Le attività svolte, tra cui la presente ricerca, si sono rivolte nello specifico agli imprenditori e alle associazioni marocchini e senegalesi, con i quali gli enti partner (in particolare le ONG CISV e CICSENE) hanno maturato un'esperienza frutto di anni di collaborazioni sia sul territorio piemontese che nei due paesi d'origine.

La rete di soggetti che hanno promosso l'iniziativa è composta dal Consorzio delle ONG Piemontesi (capofila) e dai partner Provincia di Torino (Servizio Mettersi in Proprio), ONG CISV e CICSENE, Arcidiocesi di Torino – Ufficio Pastorale migranti. A questi si aggiunge la partecipazione di RESACOOOP (Rhône-Alpes), ente pubblico/privato attivo nella cooperazione internazionale allo sviluppo, e delle reti di migranti: COSIM-Rhône Alpes, collettivo che raggruppa 55 associazioni del Rhône Alpes, e due coordinamenti attivi a Torino, l'Associazione dei senegalesi a Torino (AST) il Coordinamento delle Associazioni dei marocchini residenti a Torino (Camreto).

⁵ Si veda, ad esempio, lo studio "Migrazioni, imprenditoria e transnazionalismo", CESPI, 2006.

Insieme ai soggetti qui citati, la rete si arricchisce di altri nodi fondamentali che aderiscono formalmente al progetto e che contribuiscono a rendere IMPRA un'iniziativa radicata nel tessuto associativo piemontese. Tra questi citiamo associazioni di migranti, tra cui l'Associazione Fratellanza Italia-Marocco, l'Ong RETE, ANOLF, Cooperativa ORSO, ISCOS Piemonte, l'Associazione Nahual e PRODOMO8.

Consapevoli di vivere in un contesto in rapido cambiamento, siamo certi che i temi relativi all'imprenditoria transnazionale, al potenziale sostegno fornito dalle associazioni di migranti, alla collaborazione con gli enti pubblici e privati, al ruolo delle seconde generazioni in quanto spinta all'internazionalizzazione dei territori, siano spunti che ci pongono di fronte a sfide fondamentali a cui siamo tenuti a dare risposte adeguate non solo per uscire dall'attuale crisi socio-economica ma anche per poter garantire un futuro alle nostre società.

Tali questioni meritano una riflessione che, partendo dalle istituzioni locali, nazionali ed europee, includa i soggetti dell'associazionismo e della cooperazione internazionale per immaginare percorsi condivisi di valorizzazione dei migranti in quanto attori di imprenditorialità e di sviluppo nei territori d'origine e di destinazione. Senza dimenticare la dimensione europea che tale proposta deve assumere, attraverso lo scambio di esperienze positive e la creazione di legami forti.

Il progetto IMPRA e i soggetti che vi hanno partecipato hanno sperimentato un percorso di collaborazione multi-attore e multi-livello, basato su una rete di soggetti diversi tra loro per natura ed obiettivi, ma accomunati dalla voglia di scommettere sul futuro dei rispettivi territori, anche attraverso un maggior coinvolgimento dei cittadini migranti e delle loro potenzialità transnazionali.

**IMPRA - Imprenditoria Migrante in Piemonte e Rhône-Alpes: dialogo
strutturato con associazionismo migrante e cooperazione internazionale
(Progetto 104454 – CUP H19G13000320005)**

Scheda progettuale

Aree di intervento: Italia - Regione Piemonte, Francia - Regione Rhône-Alpes

Durata progetto: 2/10/2013 – 30/06/2014

Obiettivi:

L'obiettivo generale del progetto è contribuire al miglioramento della qualità delle politiche in materia di integrazione e sostegno alle attività economiche transnazionali dei migranti nella regione Piemonte.

L'obiettivo specifico è analizzare e promuovere il ruolo attivo delle associazioni di migranti senegalesi e marocchine nel sostegno ai loro connazionali per l'avvio e la gestione di imprese transnazionali attraverso lo scambio di buone pratiche tra i territori delle regioni Piemonte e Rhône-Alpes.

Beneficiari:

In Provincia di Torino:

- 100 persone di almeno 12 associazioni/antenne territoriali marocchine e senegalesi.
- 20 referenti delle associazioni di migranti.
- Imprenditori migranti che beneficeranno della diffusione di buone pratiche e del rafforzamento dei servizi.

Nel Rhône-Alpes:

- circa 100 imprenditori migranti legati alle 53 associazioni di COSIM che parteciperanno con alcuni loro rappresentanti ai momenti di scambio a Torino.

Attività:

1. Analisi situazione in Piemonte e Rhône Alpes, con identificazione di buone pratiche di sostegno alle imprese migranti e ruolo comunità migranti

Attività 1.1 Realizzazione di studi (Piemonte e Rhône-Alpes) sulle imprese migranti transnazionali e le relazioni con le comunità migranti di appartenenza

2. Scambio e diffusione buone pratiche, con promozione dialogo tra associazioni migranti, enti locali, cooperazione internazionale fra le 2 regioni

Attività 2.1 Realizzazione di seminari di confronto delle buone pratiche di sostegno a imprese migranti e ruolo associazioni in Piemonte e Rhône-Alpes.

Attività 2.2 Realizzazione di un prodotto multimediale per diffusione delle buone pratiche e di modelli efficaci di servizi in appoggio alle imprese migranti

3. Promozione e rafforzamento del ruolo delle associazioni/antenne senegalesi e marocchine nel sostegno all'impresitoria migrante.

Attività 3.1 Realizzazione di un percorso di formazione delle associazioni e delle antenne territoriali di migranti

Attività 3.2 Accompagnamento delle associazioni di migra

I soggetti coinvolti:

La rete di soggetti che hanno promosso l'iniziativa è composta dal Consorzio delle ONG Piemontesi (capofila) e dai partner Provincia di Torino - Servizio Mettersi in Proprio, ONG CISV, ONG CICSENE, Arcidiocesi di Torino - Ufficio Pastorale migranti.

A questi si aggiunge la partecipazione in Rhône-Alpes di RESACOOOP, ente pubblico/privato attivo nella cooperazione internazionale allo sviluppo, e di COSIM, collettivo che riunisce 53 associazioni di migranti rhônaldpine.

Inoltre aderiscono formalmente al progetto: l'Ong RETE, ANOLF, Cooperativa ORSO, ISCOS Piemonte, l'Associazione Nahual e PRODOMO8.

Le 30 associazioni di migranti coinvolte nelle diverse attività del progetto in provincia di Torino (ricerche, seminari e workshop, percorso di formazione e accompagnamento):

Associazione dei senegalesi a Torino (AST), Afaq, Associazione Fratellanza Italia Marocco (AFIM), Almaterra, AMECE, Asbarl, Ass. Ambasciatori di pace (ASAT), Ass. Fulbé d'Italia, Associazione RMTP, Associazione AIPAC, Associazione del mondo europeo-arabo Dialogo e Pace, Associazione donne contro la discriminazione, Associazione Giovani Musulmani Italiani, Associazione interculturale Insieme, Associazione islamica delle alpi, Associazione Le Flambeau, Associazione MARITALY, Associazione Speranza e Sviluppo, Associazione sportiva per il karate, Associazione Walima, Bab Sahara, Bendula, CAMRETO - Coordinamento Associazioni Marocchini Residenti a Torino, Centro Dar Al Hikma, Consulta degli immigrati, Coordinamento ass. senegalesi del Piemonte, Essadaka, Forum Italo Marocchino per le Relazioni Bilaterali, Tamra, UFIM-Unione Femminile Italo Marocchina di Torino.

www.migrazionicop.wordpress.com

Indice

Premessa.....	1
Scheda progettuale del progetto IMPRA.....	4
PARTE I: Imprenditoria migrante transnazionale in Provincia di Torino, servizi esistenti, ruolo delle associazioni di migranti e relazioni con la cooperazione internazionale. Focus su Marocco e Senegal.....	9
1. Introduzione alla ricerca e considerazioni sull'impreditoria migrante	11
A cura di Simone Pettorruo, Consorzio Ong Piemontesi	
2. I servizi alle imprese migranti: il ruolo degli enti pubblici e privati in provincia di Torino.....	19
A cura di Simone Pettorruo, Consorzio Ong Piemontesi con la collaborazione di F. Garbaccio (CICSENE), S. Guida (CISV), A. Bertolazzi e F. Altieri (UPM)	
3. Ruolo delle associazioni di migranti marocchini nel sostegno all'impreditoria	47
A cura di Francesca Garbaccio, CICSENE con la collaborazione di F. Carbone (CICSENE), A. Bertolazzi e F. Altieri (UPM)	
4. Ruolo delle associazioni di migranti senegalesi nel sostegno all'impreditoria	75
A cura di Simona Guida, CISV	
5. Analisi di casi studio di imprenditori marocchini	81
A cura di Francesca Garbaccio con la collaborazione di F. Carbone, CICSENE	
6. Considerazioni sugli imprenditori migranti di origine senegalese nella Provincia di Torino e analisi di casi-studio.....	121
A cura di Simona Guida, CISV	
PARTE II: Etudes concernant les entreprises transnationales et les relations avec la communauté d'appartenance des migrants dans la Région Rhône-Alpes	123
Introduction générale.....	124
par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal	
A. Identification et analyse des services mis à disposition des migrants entrepreneurs par les organismes publics et privés dans la Région Rhône Alpes et bonnes pratiques relatives à l'appui à l'entrepreneuriat transnational	127
par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal	
B. Activités et implications des associations de migrants en Rhône-Alpes pour la mise en place et le soutien à l'entrepreneuriat migrant des ressortissants d'Afrique francophone	145
par COSIM Rhône-Alpes, Laurine Lepley assistée par Clara Chepeau	
C. Analyse qualitative des activités entrepreneuriales transnationales des migrants en Rhône Alpes. Identification et analyse de bonnes pratiques	177
par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal	
Conclusion Générale	196
par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal	

PARTE I

Imprenditoria migrante transnazionale in Provincia di Torino, servizi esistenti, ruolo delle associazioni di migranti e relazioni con la cooperazione internazionale.

Focus su Marocco e Senegal

Analisi realizzate con i contributi di:



Consorzio delle Ong Piemontesi

www.ongpiemonte.it



CICSENE - Cooperazione e Sviluppo Locale

www.cicsene.org



CISV - Comunità Impegno Servizio Volontariato

www.cisvto.org



Arcidiocesi di Torino – Ufficio Pastorale migranti

www.migrantitorino.it

1. Introduzione alla ricerca e considerazioni sull'imprenditoria migrante

A cura di Simone Pettoruso, Consorzio Ong Piemontesi

Il presente rapporto di ricerca intende approfondire da una prospettiva teorica le tematiche affrontate nell'ambito del progetto "IMPRA - Imprenditoria Migrante in Piemonte e Rhône-Alpes: dialogo strutturato con associazionismo migrante e cooperazione internazionale".

In particolare, la ricerca si rivolge ad aspetti diversi tra loro che, in maniera complementare, permettono di comprendere meglio il fenomeno dell'imprenditoria migrante e le possibili evoluzioni del sostegno che i soggetti del territorio possono offrire per rafforzare tale fenomeno.

Alcuni dati permettono di inquadrare la rilevanza dell'imprenditoria migrante per il tessuto socio-economico italiano: alla fine del 2012 le imprese con titolarità straniera erano 477.519, il 7,8% del totale delle imprese attive in Italia.

Nel 2013, un comunicato di Unioncamere⁶ segnalò al 31 dicembre un totale di **497.080 imprese straniere**, di cui 384.318 guidate da cittadini provenienti da Paesi extra UE, con una **crescita del 4,88%** rispetto all'anno precedente.

Se si pensa che l'intero sistema imprenditoriale italiano nel 2013 è cresciuto dello 0,21% si ha un chiaro segno del contributo delle imprese migranti, determinanti per mantenere positivo il bilancio anagrafico delle imprese in Italia. Come afferma il Rapporto del Censis "non è azzardato affermare che il tessuto imprenditoriale del nostro Paese regga grazie al contributo degli stranieri"⁷.

Coerentemente con la tradizione imprenditoriale italiana⁸ si tratta in larga maggioranza di micro-imprese e imprese individuali, che operano sovente in settori derivanti da specificità comunitarie, favorendo quindi il concentrazione di ogni comunità in un dato settore imprenditoriale attraverso la creazione di una rete utile all'inserimento dei nuovi imprenditori. Sono inoltre imprese tendenzialmente "giovani": il 30% del totale degli imprenditori stranieri ha un'età compresa tra i 25 e i 34 anni, contro il 17% degli italiani.

Spostando l'attenzione dal contesto nazionale a quello della provincia di Torino, i dati della Camera di Commercio di Torino mostrano anche qui un trend in crescita: a fine 2013 le imprese straniere registrate in provincia di Torino ammontavano a **22.586**, con una **crescita del +2,13%** rispetto all'anno precedente. Dato che dimostra come in un momento storico di generale difficoltà del territorio torinese le imprese a conduzione straniera⁹ risultino più dinamiche e capaci di trovare nicchie

⁶ "Unioncamere: nel 2013 le imprese straniere sfiorano quota 500mila. Napoli, Roma, Monza e Milano le province che corrono di più", 21/03/2013, www.unioncamere.gov.it.

⁷ Censis, Rapporto sulla situazione sociale del Paese 2013, Fondazione Censis, 2013, Roma.

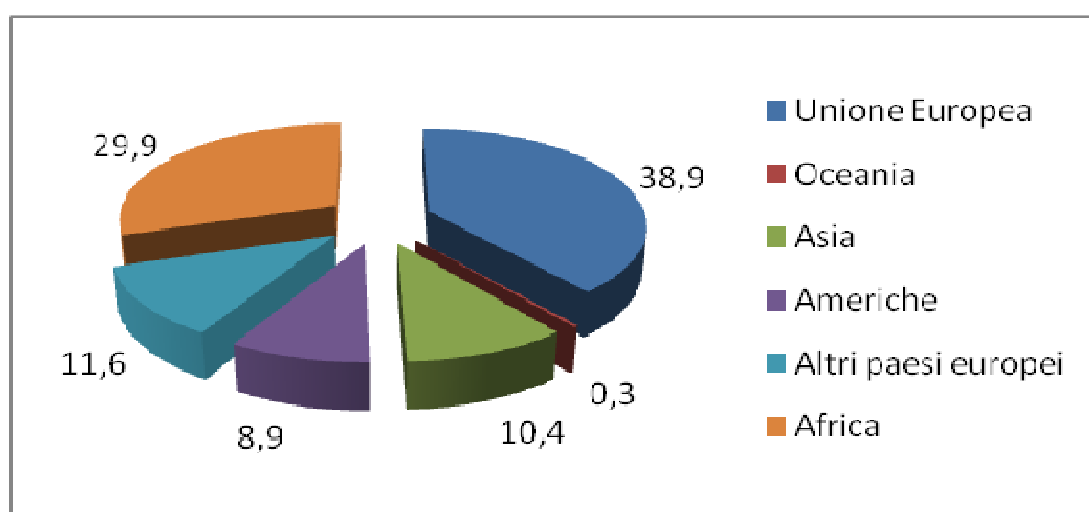
⁸ All'interno dell'OCSE, l'Italia è il paese con il più alto tasso di lavoro autonomo (28% circa), dimostrando quindi un contesto favorevole allo sviluppo della micro-imprenditorialità.

⁹ Alla voce "imprenditoria straniera" sono incluse le imprese individuali (il cui responsabile è di origine straniera); le società di persone (50% nato all'estero) e le società di capitali (50% degli amministratori nato all'estero).

di mercato, pur se in misura più ridotta rispetto a quanto evidenziato in passato. Segno che anche i migranti iniziano a fare i conti con la contrazione dell'economia piemontese.

Senza voler entrare nel merito del dibattito e delle considerazioni statistiche, nel valutare il peso di tali imprese e le tendenze generali del territorio torinese, è necessario evidenziare che questi dati presentano una serie di problemi di lettura dovuti al fatto che una parte delle unità calcolate non corrisponda ad effettive attività imprenditoriali, quanto piuttosto a registrazioni formali per l'ottenimento del documento di soggiorno, a seguito dell'introduzione della cosiddetta legge "Bossi-Fini".

Il grafico seguente fornisce un'immagine della provenienza degli imprenditori migranti in provincia di Torino:



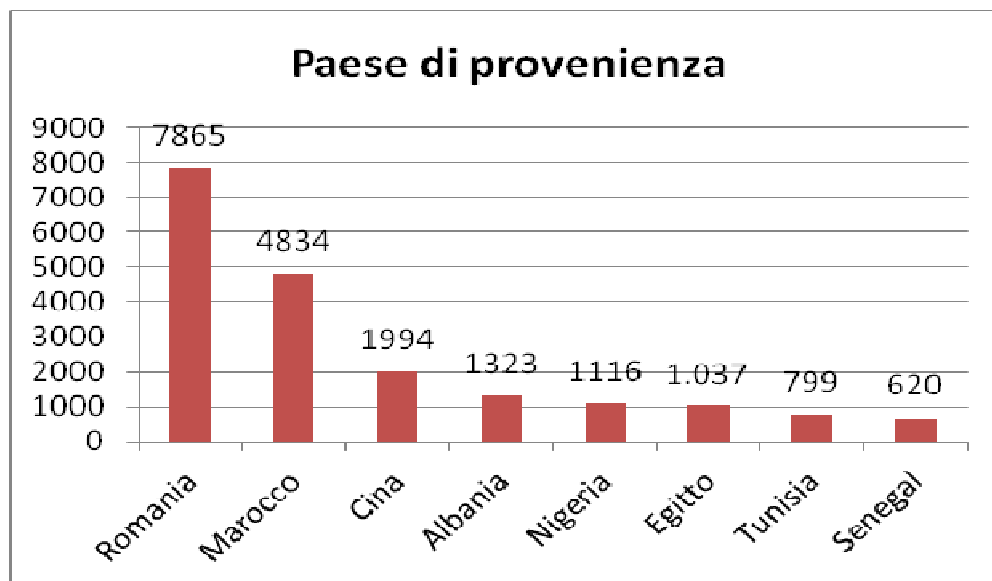
(Elaborazione da dati Camera di Commercio di Torino, 2012)

La composizione geografica degli imprenditori e la variazione rispetto al 2011 sono sintetizzate nella tabella che segue. Colpisce in particolare la diminuzione di imprenditori d'origine africana, segnale evidente di come la crisi stia scoraggiando l'avvio di attività sul nostro territorio e, in tutta probabilità, favorendo lo spostamento di tali attività verso altri paesi europei o verso il paese d'origine.

Provenienza	2012	2011	Variazione %
Africa	9.538	6.646	-1,1%
Altri paesi europei	2.706	3534	4,9%
Americhe	2.843	2.787	2,0%
Asia	3.309	3.127	5,8%
Oceania	87	89	-2,2%

(Elaborazione da dati Osservatorio Interistituzionale sugli stranieri in Provincia di Torino, 2012 -su banca dati InfoCamere)

Infine, i dati suddivisi per paese di provenienza mostrano l'importanza numerica delle due comunità, rumeni e marocchini, che storicamente abitano il territorio torinese:



(Elaborazione da dati Osservatorio Interistituzionale sugli stranieri in Provincia di Torino, 2012 - su banca dati InfoCamere)

Un'osservazione merita di essere fatta per quanto riguarda l'assunzione di lavoratori da parte di queste imprese. Pur segnalando l'importanza delle reti comunitarie e connazionali, l'Osservatorio Interistituzionale mostra la tendenza per alcune nazionalità (in particolare: albanesi, rumeni, marocchini ed egiziani) ad avviare contratti con persone di nazionalità diverse in circa un terzo del totale delle imprese.

La suddivisione per settori imprenditoriali delle attività economiche condotte da cittadini stranieri in provincia di Torino mostra che il settore edile si conferma essere il più importante (il 35% delle attività), seguito dal commercio (il 31,6%), alloggio e ristorazione (il 7,5%) e i servizi alle imprese (il 12%) e alle persone (il 4,8%), settore nel quale si nota una forte presenza femminile.

Aggiungiamo infine un altro dato significativo: le imprese individuali comprendono **l'84% del totale**, seguono le società di persone (10%) e le società di capitali (16,3%); la categoria "altre forme", che comprende tra le altre le cooperative, detiene il residuo 0,9%¹⁰.

Tali considerazioni, interessanti per comprendere appieno il fenomeno, inquadrano il contesto in cui si è inserita la presente ricerca, che si pone obiettivi di analisi qualitativa più che quantitativa e che come anticipato in precedenza ha rivolto il suo lavoro a 3 principali ambiti:

1. **I servizi offerti alle imprese**, e tra queste in particolare alle imprese migranti, sul territorio della provincia di Torino.

¹⁰ Osservatorio Interistituzionale sugli stranieri in Provincia di Torino, 2012.

2. Il ruolo attuale e potenziale delle **associazioni di migranti** nel sostegno all'imprenditoria, con particolare riferimento alle associazioni marocchine e senegalesi.
3. Le caratteristiche, i bisogni e le reti delle **imprese migranti**, anche in questo caso con un'attenzione specifica alle due comunità citate al punto precedente e agli aspetti transnazionali.

Le considerazioni metodologiche su queste tre componenti di ricerca saranno affrontate all'inizio dei singoli capitoli ad esse dedicati.

A livello generale, è possibile qui affermare che l'analisi si è basata su alcune ipotesi iniziali, sulle quali si è costruito il percorso di ricerca mantenendo un filo continuo di dialogo e approfondimento incrociato tra i diversi aspetti.

Innanzitutto, in primo luogo, il **dinamismo dell'imprenditoria migrante**, capace di creare reti locali e transnazionali al di là dei dati (spesso parziali) che inquadrano il fenomeno.

Tale affermazione si fonda sull'interpretazione positiva del ruolo delle **"risorse etniche collettive"**¹¹ per la quale i migranti avrebbero a disposizione risorse non accessibili alla popolazione "autoctona" che aumenterebbero la propensione al fare impresa. Tra queste risorse troviamo le dotazioni culturali (plurali, qui e là) e la solidarietà interna alla comunità di appartenenza.

In secondo luogo, la ricerca è partita dalle considerazioni, avallate dalle statistiche¹², che evidenziano come le imprese migranti siano confrontate a maggiori ostacoli rispetto a quelle "autoctone" e quindi più vulnerabili in un periodo di crisi economica come quello attuale.

Allo stesso tempo, il lavoro svolto ha cercato di uscire dalla visione stereotipata dell'impresa migrante quale impresa "con ridotte possibilità di guadagno, bassi costi di ingresso e orari di lavoro prolungati, che gli autoctoni abbandonano"¹³, considerando che l'imprenditoria migrante può, e deve, essere considerata come un'imprenditoria capace di esprimere innovazione e qualità.

Infine, un'ulteriore ipotesi ha preso in conto il potenziale **ruolo positivo delle comunità migranti** (in particolar modo delle associazioni) nel supporto a tali imprese, che apre nuovi scenari sia per il loro radicamento sul territorio piemontese sia nel favorire il ruolo transnazionale dei migranti in un'ottica di apertura di nuovi mercati che, seppur con aspetti ancora contraddittori, sono e saranno un'opportunità da sviluppare anche in risposta all'attuale crisi economica.

Per quanto riguarda l'**aspetto transnazionale delle attività economiche**, il ruolo delle reti personali e sociali in quest'ambito è stato oggetto di attenzione di numerose ricerche¹⁴ sul transnazionalismo economico dei migranti: più significativi

¹¹ Light I., Bonacich E. (1988), *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965-1982*, University of California Press, Berkeley.

¹² OCSE, "Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries", 2010.

¹³ Chiesi A. M., Zucchetti E., "Immigrati imprenditori. Rapporto sulla società e l'economia" a cura di Daniele Marini, Casa editrice Egea 2002 - Fondazione Nordest.

¹⁴ Si vedano Kyle 1999; Portes, Haller et Guarnizo 2001, citati in CESPI "Migrazioni, imprenditoria e transnazionalismo", 2006.

sono il radicamento e l'estensione di queste relazioni, più forte sarà la capacità dell'imprenditore di rispondere alle sfide del mercato.

Secondo questa prospettiva, le reti sociali sono quindi essenziali nel favorire la creazione di impresa, constatazione particolarmente vera per i cittadini migranti, che possono contare su reti presenti in più paesi, basate spesso su legami forti di solidarietà e fondati sulle comunità di migranti nei paesi di destinazione e su reti personali nei paesi d'origine. Tale ricchezza favorisce, tra gli altri, "l'accesso al *know-how*, ai fornitori e alla clientela"¹⁵ diventando un fattore di successo per le imprese operanti su più paesi.

Essendo questa ricerca inserita in un più ampio lavoro di approfondimento sul tema dell'imprenditoria transnazionale e sul ruolo dell'associazionismo, oltre che di promozione di un dialogo che parta dall'analisi effettuata per stimolare nuovi scenari e sperimentazioni, la scelta di adottare una metodologia qualitativa è da considerarsi funzionale all'insieme del percorso proposto dal progetto.

Pur avendo fatto propria una metodologia più possibile rigorosa sia nella fase di preparazione che di svolgimento dell'indagine, il lavoro si presenta dunque come una ricerca operativa volta anche a fornire spunti e considerazioni utili alle successive azioni di rafforzamento degli attori coinvolti.

La volontà di chi ha realizzato il lavoro di impostazione, intervista dei soggetti e elaborazione dei dati è di realizzare un documento che non ripeta quanto già presente in letteratura, ma che arricchisca il discorso con considerazioni frutto di mesi di dialogo continuo con componenti del mondo imprenditoriale, delle comunità migranti e dei diversi attori pubblici e privati che cercano quotidianamente di dare risposte a problemi complessi.

Le pagine che seguono sono il frutto di un lavoro di indagine svolto nei mesi di novembre 2013 - maggio 2014, composto da interviste, *focus group*, momenti di dibattito con soggetti implicati a diverso titolo nelle attività del progetto "IMPRA".

La ricerca si è posta **tre obiettivi** che potremmo definire specifici, rivolti ai tre ambiti di interesse che saranno approfonditi nei prossimi capitoli:

- I. Identificare e analizzare i servizi forniti da enti pubblici e privati della provincia di Torino a favore dei migranti imprenditori ed evidenziare le buone pratiche presenti nel sostegno all'imprenditoria transnazionale.
- II. Favorire la riflessione sul ruolo attuale e potenziale delle associazioni di migranti nel supporto ai connazionali imprenditori, in particolare per le due comunità coinvolte nel progetto IMPRA (Senegal e Marocco).
- III. Presentare i bisogni specifici, le relazioni con le associazioni connazionali e gli aspetti di transnazionalismo con i paesi di origine e delle attività imprenditoriali migranti.

Partendo da questi obiettivi specifici, è infine possibile identificare un obiettivo più generale, legato alla presentazione di possibili scenari di convergenza tra interessi, competenze e potenzialità delle tre tipologie di soggetti oggetto della ricerca.

¹⁵ Dialogue sur la migration de transit en Méditerranée (MTM), 2013

La formulazione di ipotesi di collaborazione tra queste reti di attori portano a immaginare nuove possibili soluzioni ai bisogni espressi degli imprenditori migranti e, allo stesso tempo, la valorizzazione delle potenzialità dell'impresa transnazionale.

Prima di presentare il contenuto dei capitoli che compongono la ricerca, proviamo a definire alcuni termini che la compongono.

Innanzitutto il termine *impresa migrante* o *etnica*¹⁶ per indicare in senso ampio le imprese che sono di proprietà o controllate da imprenditori immigrati, senza distinzioni di tipologia, dimensioni o settore.

A questo concetto si collega quello dell'*imprenditore*, considerato come una persona (nel nostro caso di origine non italiana) che svolge un'attività in proprio, condotta da solo o con altri soci, ponendosi in competitività con eventuali concorrenti¹⁷.

Per quanto riguarda il termine *transnazionalismo*, esso indica "la rete di contatti creata dai migranti e le loro controparti nel paese di origine che si inseriscono in un modello di continui movimenti attraverso i confini nazionali in cerca di vantaggi economici"¹⁸. Si tratta di relazioni che possono essere "forti" (attraverso lo scambio di prodotti, materiali, ecc.) o "deboli" (attraverso lo scambio di idee, conoscenze, ecc.).

In particolare, si richiamano qui le diverse forme che le imprese transnazionali possono assumere sulla base delle interazioni che stabiliscono con i paesi d'origine e di destinazione¹⁹:

- Le imprese *circolari*, che trasferiscono servizi e beni tra i due paesi.
- Le imprese *culturali*, che propongono prodotti culturali in uno dei due paesi rivolti principalmente ai connazionali presenti sul territorio.
- Le imprese *etniche*, che propongono prodotti a una clientela ampia (non solamente connazionale), legata da interessi e bisogni comuni.
- Le imprese create nell'ambito di una strategia di *migrazione di ritorno*, che utilizzano i capitali e il *know how* acquisiti dai migranti durante il percorso migratorio e che, sovente, esplorano nei paesi d'origine nuove piste commerciali e di servizi.
- Le società *transnazionali*, situate nel paese d'origine, che entrano nei mercati del paese di destinazione orientandosi principalmente verso le comunità di emigrati connazionali.

Veniamo ora alla presentazione dei contenuti dei capitoli della presente ricerca.

Il capitolo secondo si pone l'obiettivo di analizzare i servizi presenti sul territorio provinciale torinese per gli imprenditori, con un'attenzione particolare per quei servizi che in maniera diretta o indiretta si rivolgono a imprenditori migranti.

¹⁶ Utilizzato, ad esempio, da Zhou (2004)

¹⁷ CNEL, "Il profilo nazionale degli immigrati imprenditori", 2011

¹⁸ CESPI, "Migrazioni, imprenditoria e transnazionalismo", 2006

¹⁹ Portes e Yiu, *Entrepreneurship, Transnationalism, and Development* In: *Migration Studies*, Oxford University Press, 2013

I capitoli terzo e quarto approfondiscono il ruolo che le associazioni di migranti svolgono o potrebbero svolgere a sostegno dell'imprenditoria etnica, in quanto attori del territorio capaci di stabilire legami con enti sia in Piemonte, sia nel paese d'origine. La ricerca si è incentrata su due comunità e le relative associazioni: la comunità marocchina e quella senegalese.

I capitoli quinto e sesto analizzano i medesimi temi dal punto di vista di chi fa impresa, attraverso le informazioni raccolte in interviste con imprenditori di origine marocchina e senegalese attivi sul territorio torinese.

Questi capitoli sono tra loro collegati da un unico filo conduttore che ha permesso di incrociare i quesiti posti ai soggetti intervistati (servizi, associazioni, imprenditori) per presentare considerazioni comparate e, dunque, utili per stimolare la riflessione e proporre spunti per interventi presenti e futuri volti a rafforzare le dinamiche di collaborazione oggi presenti in forma embrionale.

Bibliografia

CENSIS, Rapporto sulla situazione sociale del Paese 2013, Fondazione Censis, 2013, Roma.

MORA M., CESPI "Migrazioni, imprenditoria e transnazionalismo", 2006

CHIESI A. M., ZUCCHETTI E., " Immigrati imprenditori. Rapporto sulla società e l'economia" a cura di Daniele Marini, Casa editrice Egea 2002 - Fondazione Nordest.

Dialogue sur la migration de transit en Méditerranée (MTM), 2013

FIERI (a cura di), "L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in provincia di Torino", 2008

FONDAZIONE LEONE MORESSA, "Anche gli imprenditori stranieri soffrono la crisi, 2011

LIGHT I., BONACICH E. (1988), Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965-1982, University of California Press, Berkeley.

OCSE, "Open for Business: Migrant Entrepreneurship in OECD Countries", 2010.

Osservatorio Interistituzionale sugli stranieri in Provincia di Torino, 2012

PORTES J., YIU A., "Entrepreneurship, Transnationalism, and Development", In: Migration Studies, Oxford University Press, 2013

SINT, "Caratteristiche ed esigenze degli immigrati imprenditori iscritti alla CCIAA di Torino", 2008

2. I servizi alle imprese migranti: il ruolo degli enti pubblici e privati in provincia di Torino

A cura di Simone Pettoruso, Consorzio Ong Piemontesi
con la collaborazione di F. Garbaccio (CICSENE), S. Guida (CISV), A. Bertolazzi e F. Altieri (UPM)

2.1. La metodologia adottata

La ricerca realizzata si è concentrata sulle tipologie di servizi messi a disposizione da enti pubblici e privati attivi nell'ambito del sostegno all'imprenditoria sul territorio provinciale torinese, attribuendo un'attenzione particolare ai servizi che, sotto forma diversa, si rivolgono alle imprese condotte da persone di origine straniera.

Il campione intervistato è composto da enti di natura, dimensione e funzionamento diversi, che formano un insieme non omogeneo e difficilmente valutabile con indicatori comuni. Tuttavia, ciò che si è voluto indagare è la possibilità per questi soggetti di rispondere a bisogni degli imprenditori migranti che, come avremo modo di approfondire in seguito, rispecchiano le necessità dell'“imprenditore”, qualsiasi sia la sua nazionalità, alle quali si possono sommare esigenze e bisogni specifici.

Abbiamo quindi indagato quali dispositivi sono offerti dalle istituzioni pubbliche, dalle associazioni di categoria, dagli enti del privato sociale attraverso interviste aperte che hanno permesso di valutare in maniera qualitativa i servizi e, allo stesso tempo, la percezione dell'“imprenditoria migrante” all'interno di questi enti.

Sul piano metodologico la fase della ricerca ha previsto:

- a) L'elaborazione di una scheda di intervista semi-strutturata, con domande aperte, con l'obiettivo di favorire la discussione e il confronto tra l'intervistatore e l'intervistato.
- b) La definizione dell'elenco degli enti da contattare, che è partito dalle conoscenze dei soggetti attivi nel progetto, allargandosi poi con una procedura tipo *snowball*, permettendo di arrivare a contattare anche servizi meno conosciuti.
- c) La realizzazione di interviste della durata media di un'ora. Altri soggetti, per cui non è stato possibile prevedere un incontro diretto, sono stati analizzati a partire da documenti e materiali disponibili o forniti dagli stessi enti.

E' bene precisare che questo lavoro ha dovuto confrontarsi con alcune difficoltà oggettive, tra cui la scarsa presenza di dati relativi ai beneficiari di origine straniera, dovuta alla disponibilità limitata degli enti intervistati a fornire questo tipo di informazioni e, allo stesso tempo, al fatto che sovente la nazionalità dell'imprenditore non è una discriminante presa in conto nel trattamento interno dei dati.

Nello specifico, i paragrafi presentati nelle prossime pagine provano a dare una risposta alle **seguenti domande**:

1. Come i servizi pubblici e privati rispondono alle esigenze degli imprenditori (migranti) sul territorio provinciale torinese ?
2. Quali strumenti specifici sono presenti nel ventaglio di servizi offerti?
3. Come tali servizi si relazionano con le comunità dei migranti, in primis le loro associazioni ?

2.2. Il ruolo dei servizi nel sostegno all'imprenditoria migrante

Partendo dal presupposto che la scelta di intraprendere un'avventura imprenditoriale non è mai un itinerario isolato del promotore –per quanto le sue capacità personali siano fondamentali per la riuscita dell'iniziativa–, ma piuttosto un percorso di ricerca di risorse che in larga parte sono esterne all'imprenditore stesso²⁰, l'analisi svolta ha voluto indagare in un primo momento quali servizi vengono offerti sul territorio provinciale torinese a quei migranti che decidano di avviare (o ampliare) un'attività economica.

Si parla nel nostro caso di servizi formali, pubblici o privati, che sovente si affiancano al sostegno fornito dalle reti personali, quali le reti familiari, amicali o etniche, che restano rilevanti e confermano l'importanza per gli imprenditori migranti di tali sostegni, spesso complementari rispetto a quelli tradizionalmente a disposizione degli imprenditori autoctoni.

Quest'ultimo aspetto, in particolare per quel che riguarda le reti associative, verrà approfondito nei capitoli 3 e 4.

Gli enti individuati e analizzati dalla ricerca rientrano in tipologie che per semplicità di indagine possono essere ricondotte alle 3 categorie seguenti:

- a) Enti pubblici e servizi da essi promossi
- b) Enti privati (associazioni di categoria, sindacati, agenzie specializzate, ecc)
- c) Soggetti del privato sociale

Un'adeguata conoscenza di questi servizi e delle opportunità che essi offrono risulta essere quindi un tassello importante per il percorso di promozione dell'imprenditoria migrante che è alla base del progetto in cui questo studio si inserisce.

Allo stesso tempo, il percorso di analisi e gli incontri realizzati con una parte significativa degli enti attivi in questo settore ha permesso di scambiare informazioni riguardo ai possibili miglioramenti di tali servizi, in un'ottica di maggiore adattamento alle esigenze espresse degli imprenditori di origine straniera.

²⁰ Venkatraman, "The promise of entrepreneurship as a field of research", 1997

Le ricerche realizzate²¹ nel corso degli ultimi anni e le interviste effettuate con gli enti erogatori di servizi e con gli imprenditori nel corso del presente studio mostrano che la provincia di Torino dispone di un buon numero di servizi rivolti all'impresa del territorio (senza distinzioni riguardo alla provenienza dell'imprenditore).

A riguardo, in letteratura si trovano due prospettive diverse, entrambe riscontrate anche nel percorso di interviste realizzate con i referenti dei servizi torinesi.

La prima di queste due prospettive considera l'imprenditore di origine straniera come un imprenditore *tout court*, non attribuendo quindi un peso particolare al criterio dell'origine nella definizione degli ostacoli a cui l'imprenditore deve far fronte, sulla base della convinzione che un imprenditore, anche se di origine straniera, è prima di tutto un imprenditore e come tale esprime bisogni che sono comuni a questa categoria.

La seconda prospettiva sostiene che gli immigrati che intendano avviare un'impresa sul territorio di destinazione debbano fronteggiare ostacoli e difficoltà specifici. Pur senza voler generare dinamiche discriminatorie, questa ipotesi evidenzia che le criticità riscontrate dagli imprenditori risultano in alcuni casi accentuate per quei cittadini di origine straniera che si trovano di fronte a necessità (ma anche opportunità) parzialmente diverse rispetto a quanto avviene per un imprenditore italiano proprio per il fatto di vivere una specifica condizione personale.

Dal punto di vista di chi si occupa di sostegno all'impresa, questi bisogni "aggiuntivi", così come le opportunità esistenti, possono rappresentare una vera e propria sfida, dalla quale deriva la necessità di proporre risposte adeguate.

Prima di presentare le considerazioni emerse su questo tema nell'ambito delle interviste realizzate, presentiamo uno strumento di semplice utilizzo per avere un'immagine del grado di integrazione dei migranti, e della loro inclusione nel mondo del lavoro (in questo caso in senso largo, in quanto lavoro autonomo e dipendente): il *Migrant Integration Policy index* -MIPEX²², elaborato dal British Council e dal Migration Policy Group.

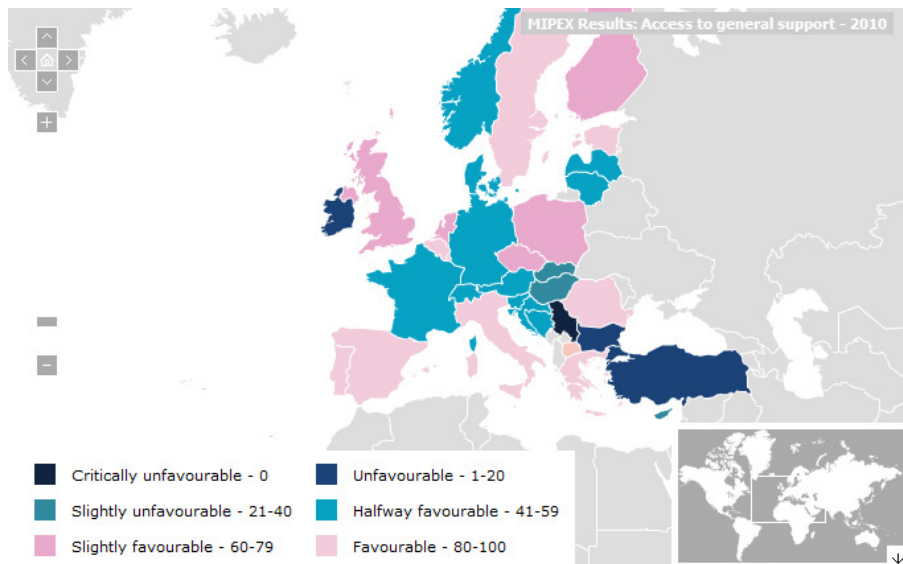
Partendo da un totale di 148 indicatori comuni ai paesi europei l'indice mostra il grado di integrazione dei cittadini stranieri relativamente ai diversi settori della vita socio-economica dei paesi.

Per quel che riguarda l'inclusione lavorativa, l'immagine seguente presenta i livelli di integrazione nell'accesso ai servizi pubblici di supporto all'imprenditoria.

L'Italia dispone di un livello "favorevole" (83 punti su 100) di accesso ai servizi da parte dei migranti imprenditori, sopra la media di paesi quali la Francia, la Germania, l'Austria.

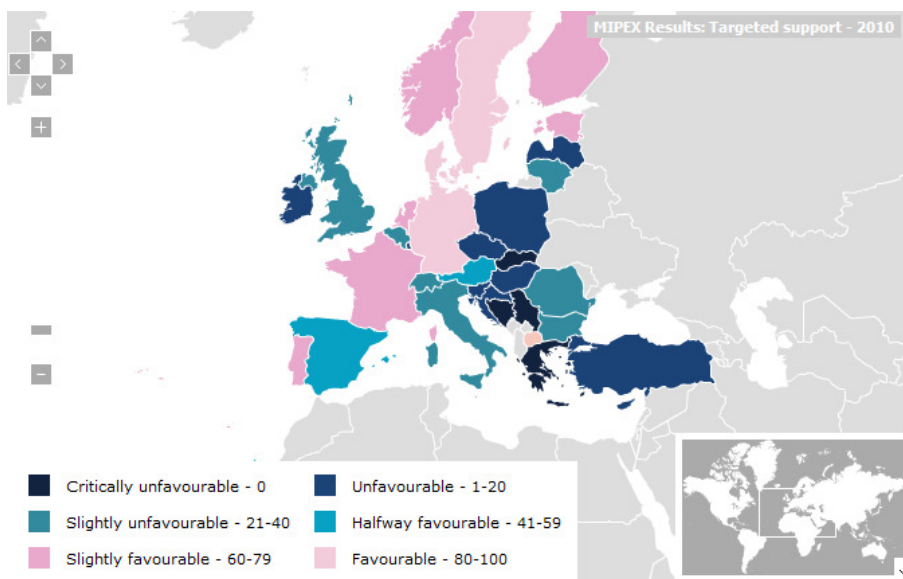
²¹ Tra queste citiamo in particolare: SINT, "Caratteristiche ed esigenze degli immigrati imprenditori iscritti alla CCIAA di Torino", 2008

²² <http://www.mipex.eu>



Diversi invece sono i dati relativi alla presenza di misure di supporto specifiche ai migranti imprenditori messe in atto dalle istituzioni pubbliche per facilitare l'integrazione di questa categoria di imprenditori.

Da questa prospettiva di analisi il nostro paese risulta fortemente carente di servizi, ottenendo 25 punti su 100, distante dalla Francia (63 punti), Germania (88), Spagna (50).



Questi dati, pur relativi a policy nazionali e difficilmente applicabili ai contesti locali, mostrano tuttavia una situazione di scarsa attenzione alle esigenze degli imprenditori migranti, che raramente beneficiano di misure pensate e messe in atto in maniera orientata ai loro bisogni.

Tale constatazione può risultare da una mancanza di risorse da investire in questi servizi, da una debole sensibilità al tema, oppure, ritornando alla distinzione proposta precedentemente, dalla volontà di non attribuire condizioni specifiche sulla base dell'origine degli imprenditori.

2.3. Le difficoltà riscontrate e le tipologie di servizi identificati

In coerenza con gli obiettivi generali del presente studio, la parte qui presentata ha cercato di analizzare come gli enti valutano e si relazionano con la categoria degli imprenditori cosiddetti migranti.

Su questo aspetto, riportando l'attenzione al territorio della provincia di Torino, la ricerca effettuata evidenzia che le attività di sostegno all'imprenditoria sono orientate da principi di **indifferenziazione e integrazione**, riconducibili dunque alla seconda delle due categorie di approcci descritte poc'anzi.

Quest'osservazione è riscontrabile in maniera chiara negli enti istituzionali e più strutturati (Camera di Commercio, Provincia di Torino – Servizio Mettersi in Proprio, ASCOM, API, tra gli altri) i quali hanno evidenziato l'impossibilità di rivolgere misure specifiche ai destinatari di origine straniera, sottolineando la volontà di non incorrere in rischi di discriminazione positiva.

Tale impostazione non esclude tuttavia l'interesse per la tematica relativa all'imprenditoria migrante, riconosciuta come portatrice di opportunità, e per una fascia di imprenditori oggi poco propensi a rivolgersi ai servizi offerti da tali enti.

La maggior parte dei soggetti intervistati non ha dunque evidenziato differenze negli approcci utilizzati per fornire servizi agli imprenditori né strumenti specifici rivolti a destinatari di origine straniera, limitandosi quindi durante gli incontri effettuati a considerazioni teoriche e a valutazioni di contesto.

Per quanto riguarda gli enti che, al contrario, hanno fornito esempi di servizi specifici sviluppati nell'ambito delle attività da loro svolte, è possibile affermare che tali servizi sono principalmente rivolti a destinatari che presentano le tre condizioni seguenti:

- Sono migranti (imprenditori) di **recente immigrazione**.
- Hanno maturato **scarse** (o nulle) **esperienze** in ambito imprenditoriale.
- Hanno un livello di **scolarità medio-basso**.

Le misure sviluppate appositamente per gli imprenditori di origine straniera evidenziano dunque una tendenza a rivolgersi a un target di **piccoli e piccolissimi imprenditori**, sovente alla **prima esperienza** o che hanno in precedenza svolto attività simili in contesti diversi o, ancora, che hanno svolto **attività in ambito informale**.

Per quanto riguarda il contenuto dei servizi offerti, emerge in primo luogo la consapevolezza che l'imprenditore (o il potenziale imprenditore) che rientri nelle condizioni sopraindicate si rivolga ai dispositivi in primo luogo per ottenere un **orientamento iniziale**: spesso non ha chiare le condizioni necessarie per svolgere l'attività, è carente di informazioni sulla normativa e sui passaggi formali necessari. Ricerca quindi informazioni precise, affidabili e, allo stesso tempo, adatte in termini di linguaggio.

In secondo luogo, risulta evidente come i servizi abbiano un ruolo nel favorire la presa di coscienza imprenditoriale facilitando la **valutazione “dei pro e dei contro”** del lavoro autonomo, per correggere false informazioni e spingere a una valutazione che superi le necessità legate alla situazione personale dell'imprenditore (documenti di soggiorno in primis).

Un'altra caratteristica emersa dai colloqui con i soggetti intervistati riguarda la consapevolezza di trovarsi di fronte alla necessità di cominciare l'attività in **tempi rapidi**, spesso più stretti rispetto agli imprenditori italiani. La componente “tempo” è indicata sovente come un ostacolo importante che limita le possibilità di portare a termine il percorso d'accompagnamento proposto.

Una considerazione diversa riguarda la definizione dei dettagli dell'idea imprenditoriale, la stesura del **business plan**: questa fase coinvolge anche imprenditori la cui esperienza è più solida e che mirano ad avviare imprese di dimensioni più grandi e maggiormente orientate all'innovazione. A riguardo gli enti che intervengono in quest'ambito segnalano mediamente una preparazione migliore degli utenti, frutto di esperienze pregresse nel paese d'origine o, più spesso, sul territorio italiano.

La domanda successiva posta dalla ricerca è:

Come gli enti intervistati rispondono a queste esigenze?

Quali misure vengono proposte?

Innanzitutto, offrendo informazioni tramite **sportelli di primo orientamento**. Dagli incontri realizzati emerge una densa rete di sportelli, di cui 9 incontrati²³ nella presente ricerca, talvolta con la presenza di **personale specializzato** nel lavoro con i migranti, in primis mediatori culturali ed esperti di provenienza straniera.

Su questo punto, esiste una differenza sostanziale tra gli enti che lavorano con i migranti di bassa scolarità e recente immigrazione, che evidenziano un'esigenza di primo orientamento e mediazione linguistica, e quegli enti che, rivolgendosi a un target di imprese più strutturate, entrano in contatto con utenti che dispongono di un alto livello di conoscenza della lingua italiana e delle procedure del fare impresa, il che limita fortemente la percezione della necessità di mettere a disposizione sportelli specifici.

Un elemento di analisi interessante, soprattutto se incrociato con le osservazioni che saranno presentate nei capitoli 3 e 4, riguarda le **difficoltà manifestate dagli enti intervistati** nel relazionarsi con l'utenza di origine straniera, e rispondere correttamente alle sue esigenze.

Le principali considerazioni emerse possono essere riassunte nei 5 punti seguenti:

1. La presa di contatto e la **diffusione di informazioni** risulta la preoccupazione maggiormente condivisa dagli enti intervistati, sia da quelli che forniscono

²³ Si tratta degli sportelli di CNA Torino, Apolié, Asai, Abele lavoro, Fondazione Operti, Bagni di via Aglié, RA-GI, CGIL, ANOLF.

servizi specifici sia da quelli che, come visto poc'anzi, forniscono servizi all'insieme delle imprese del territorio.

A riprova di tale osservazione, si cita qui l'opinione di un'agenzia gestita da consulenti di origine straniera (RA-GI, di cui parleremo in seguito) che partendo dal suo lavoro di prossimità evidenzia come gli imprenditori intercettati lamentino una certa frammentarietà dell'informazione, una difficoltà a orientarsi nei numerosi sportelli e a comprendere le informazioni che vengono veicolate.

2. In secondo luogo, viene riconosciuta l'esistenza di alcuni freni dovuti alla complessità della burocrazia del nostro paese. Il sostegno di tipo **burocratico-amministrativo**, sicuramente importante per l'insieme delle iniziative imprenditoriali, risulta difficoltoso in quanto deve confrontarsi con le esperienze pregresse del migrati, sovente provenienti da contesti diversi e meno esigenti in termini di procedure amministrative. Da questa situazione emerge quindi la difficoltà nel far accettare i tempi del percorso di accompagnamento, che causano in definitiva un allontanamento di alcune tipologie di imprenditori migranti.
3. Un altro aspetto dal quale derivano problematiche risiede nella **comprensione linguistica** dei termini specifici dell'imprenditoria, che risulta essere un'ulteriore barriera che i servizi devono affrontare se vogliono fornire un sostegno adatto alle esigenze ed evitare di "spaventare" il potenziale utente. Si tratta in questo caso di una difficoltà relativa a quella tipologia di imprenditori che nelle pagine precedenti abbiamo identificato come migranti di recente immigrazione e di bassa scolarità.
4. Si segnala inoltre una difficoltà che potremmo definire "indiretta", dovuta all'annosa questione dell'**accesso al credito** da parte degli imprenditori di origine straniera che influenza negativamente anche la relazione che questi soggetti hanno con gli enti che offrono servizi di sostegno all'imprenditoria. Nella fase attuale di crisi economica questo risulta essere un tema-chiave, se non un rebus per quelle categorie di soggetti non bancabili, nelle quali rientra una parte dei migranti imprenditori, e per quegli enti che con essi si relazionano.
5. Infine, la presenza di **pregiudizi e false informazioni** inerenti il ruolo e i servizi offerti dagli enti resta un nodo cruciale, considerato come veicolo di percezioni erranee che rendono più complicata la messa in contatto con gli imprenditori migranti. Tale considerazione si collega direttamente al primo punto dell'elenco, includendo aspetti relativi ai canali di comunicazione non formali che ne amplificano le conseguenze.

A questi cinque elementi "interni" si somma una difficoltà legata alla precarietà della presenza personale di alcune categorie di migranti che, per motivi relativi principalmente all'ottenimento dei documenti di soggiorno e alla situazione familiare, riduce la volontà di affidarsi a un percorso di accompagnamento di lunga durata da parte degli enti del territorio.

A partire da questo elenco è possibile soffermarsi sull'esigenza dei soggetti intervistati di **rafforzare gli strumenti comunicativi**, per permettere una piena comprensione dei servizi e delle opportunità presenti.

Tale aspetto risulta essere preponderante all'interno delle osservazioni emerse in quanto considerato prioritario ma anche, in tutta probabilità, perché più semplice da migliorare. Infatti, mentre altre difficoltà evidenziate in precedenza risultano da situazioni strutturali e difficilmente modificabili nel breve periodo, migliorare gli strumenti di comunicazione è percepito come un obiettivo raggiungibile, anche in un momento di scarsità di risorse finanziarie.

Oltre alle questioni relative alla comunicazione si pone un problema di fiducia verso gli enti pubblici e privati, soprattutto i più "istituzionali", come gli stessi enti hanno riconosciuto. Tale considerazione trova una parziale conferma nel punto di vista degli stessi imprenditori migranti, che verrà presentato nei capitoli seguenti e che evidenzia come la struttura e il funzionamento di questi soggetti siano considerati poco adatti in quanto resi troppo complessi da procedure "scoraggianti".

Questa distanza sembra giustificare la scelta da parte degli imprenditori intervistati di rivolgersi principalmente a **consulenti e professionisti individuali**, le cui metodologie di lavoro appaiono più snelle e con i quali è possibile stabilire una **comunicazione diretta e immediata**.

La necessità di **fornire informazioni aggiornate, accessibili e adatte** alle esigenze degli imprenditori migranti risulta dunque essere l'indicazione chiaramente presente nel discorso instaurato con gli enti torinesi, sia per favorire la conoscenza dei servizi esistenti, sia – e forse, soprattutto – per modificare la percezione diffusa tra le comunità di migranti che vede tali enti come lontani dalle esigenze di questi destinatari.

A queste difficoltà (e alle conseguenti richieste) alcuni enti rispondono con servizi concepiti appositamente mettendo a disposizione strumenti e competenze interne, altri (ma si tratta di casi sporadici) cercano alleanze con le comunità d'appartenenza, tentando quindi di avvicinarsi a un'importante fascia di potenziali utenti tramite associazioni o punti di contatto propri alle comunità migranti del territorio.

Tra gli enti che hanno maturato esperienze specifiche offrendo servizi appositamente dedicati ai cittadini di origine straniera troviamo alcune categorie, a cui è possibile ricondurre casi che saranno approfonditi nelle pagine seguenti:

- gli sportelli per l'avvio di impresa e dedicati a fornire informazioni sul mondo del lavoro, di cui abbiamo accennato in precedenza, talvolta orientati alle questioni del lavoro subordinato ma capaci di mettere a disposizione informazioni e contatti a più ampio spettro.
- Le agenzie di piccole dimensioni, talvolta gestite da imprenditori/consulenti di origine straniera.
- I servizi forniti dagli uffici dei sindacati dedicati ai lavoratori immigrati.

Alle iniziative che potremmo definire strutturali, si affiancano misure specifiche quali:

- la pubblicazione di guide e altri strumenti di informazione, spesso multi-lingue, per facilitare la comprensione di base e avvicinare ai servizi la popolazione di origine straniera.
- La realizzazione di corsi di formazione dedicati agli imprenditori migranti, promossi da enti formativi oltre che da associazioni ed enti del privato sociale, spesso nell'ambito di progetti finanziati sul tema dell'integrazione dei migranti nel tessuto socio-economico.
- La sperimentazione di collaborazioni con l'associazionismo migrante, che verranno presentate più nel dettaglio alla fine del capitolo.

Un chiarimento appare però necessario. Oltre agli enti che offrono servizi pensati e realizzati in maniera specifica per i migranti (imprenditori, in questo caso), vi sono numerose altre misure che, pur non essendo state concepite per questo "target", hanno sviluppato la capacità di adattarsi a queste esigenze, sovente grazie ad un lavoro continuo e di prossimità. Senza questo "impegno" di adattamento il rischio evidenziato dai soggetti intervistati è che i piccoli imprenditori si rivolgano ad altre reti, sovente informali, per trovare le risposte alle loro domande.

La complessità nel valutare la capacità di rispondere in maniera particolare alle esigenze degli imprenditori di origine straniera rende estremamente difficile una classificazione rigorosa degli enti secondo questa prospettiva di analisi.

Le iniziative rivolte agli imprenditori migranti presentano tuttavia alcune caratteristiche che possono essere ricondotte agli aspetti seguenti:

- a) Si occupano principalmente di **prima consulenza/orientamento e formazione.**
- b) Hanno **dimensioni e destinatari numericamente limitati.**
- c) Sono sovente collegate a **progetti finanziati** attraverso bandi e misure temporanee, anche a seguito della situazione di criticità economica vissuta dal territorio torinese che ha costretto alcuni enti a vincolare parte dei servizi offerti all'ottenimento di finanziamenti esterni.

A partire da queste considerazioni, si è ritenuto utile presentare i servizi offerti e la loro propensione a fornire risposte specifiche ai destinatari provenienti da paesi stranieri sia per quegli enti in cui tale obiettivo è chiaramente identificabile all'interno dalla *mission*, sia per quei casi in cui esso è emerso dal lavoro quotidiano con questi destinatari.

Le tipologie di servizi offerti dagli enti intervistati possono essere ricondotte alle 3 categorie seguenti:

- a) Orientamento e accompagnamento all'avvio e alla gestione di impresa.
- b) Accesso al credito (micro-credito).
- c) Supporto all'internazionalizzazione delle attività.

2.4. Gli enti attivi sul territorio provinciale torinese

2.4.1. I servizi di orientamento e accompagnamento all'avvio e alla gestione di impresa

Partendo dalla constatazione che l'Italia, rispetto al resto d'Europa, mostra un'alta mortalità infantile delle imprese e che "buona parte di questi fallimenti è causata soprattutto da una debole progettualità iniziale²⁴", l'indagine ha analizzato in primo luogo il ruolo e le opportunità offerte dai servizi dedicati al sostegno della fase di avvio dell'attività imprenditoriale.

Come segnalato in precedenza, sono state riscontrate numerose iniziative indirizzate all'imprenditoria nel suo insieme, a cui l'imprenditore può rivolgersi al di là della presenza di servizi sviluppati in maniera specifica per il suo status di migrante. Il sostegno fornito da questi enti è rivolto alla fase di start-up e alla gestione delle attività, mettendo a disposizione servizi di informazione e consulenza amministrativa, formazione, orientamento e accompagnamento e, in alcuni casi, finanziamenti agevolati.

In primo luogo è possibile affermare che gli **enti pubblici e le associazioni di categoria** formano una rete di sostegno fondamentale per quei migranti che puntano a fare un percorso strutturato per l'avvio di impresa, lasciandosi alle spalle gli stereotipi di "imprenditori dell'informale e dell'improvvisazione".

L'interesse dimostrato dalle organizzazioni intermedie, come ad esempio le associazioni di categoria, la Camera di commercio e i servizi pubblici, rispetto alla tematica dell'imprenditoria migrante è confermato dal ruolo che questi enti svolgono nel sostegno alle imprese per il raggiungimento di standard adeguati alle esigenze del mercato italiano. La percezione degli enti è quindi quella di indirizzarsi principalmente a imprenditori con livelli di istruzione medio-alti e con buone qualifiche professionali, che si rivolgono con maggiore facilità agli enti sopraccitati senza che questi offrano servizi a loro dedicati.

I referenti di questa categoria di enti segnalano, d'altro canto, che i servizi offerti mostrano alcune **difficoltà nell'intercettare i bisogni dei migranti con livelli di integrazione minori**, sovente poco propensi a rivolgersi a istituzioni pubbliche ed enti "complessi".

Si tratta in questo caso di imprenditori che, dal punto di vista dei servizi intervistati, rappresentano un'utenza difficile da raggiungere a causa del suo scarso interesse per l'innovazione e per l'assunzione di rischio, e che preferisce piuttosto mantenere una stabilità professionale attraverso attività meno strutturate.

Oltre ai fattori propri a questa fascia di imprenditori, gli enti riconoscono anche l'esistenza di alcuni freni dovuti alla burocrazia del nostro paese e, in secondo

²⁴ Intervista a M. Manero, referente per il Servizio MIP – Mettersi in Proprio della Provincia di Torino, 22/01/2014

luogo, a un difficile accesso al credito che limita lo sviluppo di attività imprenditoriali più strutturate e quindi più propense a rivolgersi a tali enti e servizi.

L'analisi svolta ha mostrato che solo in un caso è stato avviato un servizio rivolto in maniera specifica agli imprenditori migranti²⁵. Altre esperienze presentano strumenti e attività puntuali (guide in più lingue, corsi di formazione, progetti sperimentali, ecc.) che saranno brevemente presentati nelle pagine seguenti. La provincia di Torino, e in modo particolare la città di Torino, offre una rete di servizi all'imprenditoria spesso in relazione tra loro e capaci di stabilire collaborazioni per la messa in sinergia delle diverse competenze disponibili, come dimostrato dalla nascita dello Sportello unico per le attività produttive²⁶ del Comune di Torino. Lo Sportello raccoglie numerosi servizi del territorio attorno ad un unico strumento che, lavorando in rete con gli altri enti (Camera di Commercio, Regione, Provincia) propone servizi di orientamento, accompagnamento e facilitazione dell'accesso ai finanziamenti, ma anche assistenza sui temi giuridici.

Nello specifico, un primo servizio che possiamo definire istituzionale è fornito dalla **Camera di commercio di Torino**, che mette a disposizione attraverso il settore Nuove imprese un sostegno gratuito di informazione e primo orientamento. In particolare il servizio si propone facilitare l'orientamento riguarda a²⁷ :

- Pratiche amministrative per l'avvio dell'attività e sugli adempimenti necessari.
- Definizione dell'idea d'impresa e inquadramento giuridico dell'attività.
- Possibilità di finanziamento disponibili.
- Percorsi di formazione (corsi, seminari, ecc.).

Pur non avendo strutturato veri e propri servizi rivolti agli imprenditori di origine straniera, la CCIAA ha realizzato alcuni strumenti per questi destinatari, tra cui citiamo "Le parole dell'impresa"²⁸, guida realizzata in collaborazione con CNA Torino per introdurre gli imprenditori migranti alla terminologia del fare impresa e facilitare la comprensione dei termini tecnici proponendo la loro traduzione in sette lingue.

Ma l'interesse dimostrato dalla Camera di Commercio per il tema dell'imprenditoria migrante si ritrova anche nella realizzazione di iniziative mirate, come il progetto Start It Up - Nuove imprese di cittadini stranieri (2012), per il quale ha stabilito collaborazioni con diversi enti del territorio (Provincia di Torino, CNA, ASCOM, API Torino, Confcooperative, Coldiretti e Confagricoltura) per fornire orientamento e accompagnamento a 100 aspiranti imprenditori e imprenditrici stranieri. Tale iniziativa, finanziata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, ha messo a disposizione un accompagnamento specifico a imprenditori migranti all'interno dell'insieme dei servizi promossi dalla Camera di Commercio.

Si tratta, in questo caso, di un'iniziativa puntuale inserita in un'attività progettuale specifica. Tuttavia quest'azione conferma un interesse già manifestato dalla CCIAA sia sul territorio torinese, come visto poc'anzi, sia in altre regioni d'Italia. In

²⁵ Si tratta del servizio World Dedalo, della CNA Torino, di cui parleremo nelle pagine che seguono.

²⁶ http://sportellounico.comune.torino.it/creare_impresa/incubatori.html

²⁷ I servizi elencati offerti sono gratuiti (esclusa la partecipazione ad alcuni corsi formativi).

²⁸ Le seconda edizione della guida è stata stampata nel 2006.

particolare citiamo l'esempio della CCIAA di Milano, che ha promosso nel 2005 la nascita dell'Associazione per lo Sviluppo dell'Imprenditorialità Immigrata a Milano (ASIIM). L'esperienza, pur se conclusasi nel 2012, è un esempio di come attori di natura diversa²⁹ abbiano condiviso una progettualità comune a sostegno dell'imprenditorialità migrante.

Il servizio **Mettersi in proprio (MIP) della Provincia di Torino**³⁰ offre servizi agli imprenditori (o aspiranti tali) secondo tre assi di intervento:

- Interventi di supporto all'imprenditorialità e al lavoro autonomo
- Consulenza per la creazione d'impresa/lavoro autonomo (assistenza ex ante) in cui si verifica la fattibilità e si definisce il progetto di impresa.
- Servizi di tutoraggio e consulenza per le neoimprese (assistenza ex post).

Il MIP nasce nel 1994 con uno sportello informativo e si struttura in quanto servizio nel 2002. Ad oggi, gli Sportelli Creazione Impresa si trovano a: Torino (tre sedi), Beinasco, Chieri, Chivasso, Ivrea, Moncalieri, Pinerolo, Rivoli, Settimo Torinese.

Pur non presentando servizi specifici per gli imprenditori migranti, il MIP offre accompagnamento a una percentuale significativa di stranieri: il 7,9% degli utenti è di origine non-italiana, di cui il 4,8% non-comunitaria, identificati come imprenditori con buone esperienze pregresse e con un alto grado di integrazione.

Il referente del servizio³¹ incontrato nell'ambito della presente ricerca, segnala una difficoltà nell'includere nel bacino di utenti del MIP quegli imprenditori (o neo-imprenditori) che puntano a micro attività, da avviare in tempi brevi³² e legate principalmente a specifiche comunitarie, di cui si è parlato nel capitolo introduttivo.

Senza dubbio, come si evince dalle interviste realizzate, esiste l'interesse (e il bisogno), da parte della Camera di Commercio e dei Servizi MIP di migliorare la capacità di raggiungere gli imprenditori di origine straniera per includere con maggiore sistematicità questa categoria all'interno dei fruitori dei servizi offerti.

Se da un lato le attività economiche sono considerate nel loro insieme, senza distinzioni tra le provenienze degli imprenditori, è pur vero che il bacino di utenti potenziali rappresentato dai piccoli imprenditori stranieri rappresenta una potenzialità ampiamente riconosciuta dai due principali enti attivi in quest'ambito sul territorio piemontese.

Incrociando i dati raccolti dalle interviste con gli imprenditori (che saranno presentati nel dettaglio nei capitoli seguenti) emerge un bisogno di sostegno del processo di maturazione dell'idea imprenditoriale, nelle primissime fasi di creazione del progetto e di orientamento delle future azioni. Tale sostegno è spesso assente

²⁹ Oltre alla Camera di Commercio di Milano, l'associazione è stata promossa dall'Università Commerciale "Luigi Bocconi", Agenzia Regionale per il Lavoro della Regione Lombardia, Comune di Milano, Provincia di Milano, Unione Artigiani della Provincia di Milano, Banca Popolare di Milano, Assolombarda e Unione del Commercio, del Turismo, dei Servizi e delle Professioni della Provincia di Milano.

³⁰ www.metttersinproprio.it

³¹ M. Manero

³² La durata del percorso può oscillare tra qualche mese fino a circa un anno. La media indicativa della durata è di circa tre mesi, nei quali l'imprenditore viene seguito nella fase di orientamento iniziale, nell'approfondimento dell'idea imprenditoriale, nell'elaborazione di *business plan*, fino all'assistenza successiva all'avvio dell'attività.

nei servizi forniti da piccoli soggetti che formano la rete di prossimità presente sul territorio torinese, che incontrano difficoltà nel mettere a disposizione competenze specifiche, mentre risulta essere l'obiettivo principale dei due enti sopraccitati.

La "lontananza" riscontrata, più che frutto di obiettivi diversi, è dunque dovuta alla mancanza di occasioni di contatto, di informazioni e preconcetti non sempre veritieri, ma anche di canali di comunicazione e di strumenti non adatti alle esigenze dell'imprenditoria straniera, in particolar modo le piccole e piccolissime imprese oggetto della nostra ricerca.

Senza voler generalizzare una constatazione relativa a un campione numericamente limitato, è possibile evidenziare come la debole propensione degli imprenditori migranti a rivolgersi ai servizi (e in particolar modo ai servizi istituzionali) sia un fenomeno rilevante, complesso e che esclude un'importante fascia di persone dai principali meccanismi di sostegno all'imprenditoria offerti dal territorio.

Un caso differente è rappresentato dalla **CNA Torino** che attraverso il servizio **World Dedalo**³³ promuove misure volte a favorire l'informazione e l'orientamento dei cittadini stranieri sulle tematiche del fare impresa.

La CNA, oltre ad essere per sua natura vicina alla tipologia di imprese gestite da cittadini stranieri³⁴, ha creato il servizio World Dedalo per offrire un sostegno per l'avvio di attività in proprio, per la ricerca di finanziamenti e per l'individuazione di percorsi formativi.

Il servizio svolge la funzione di primo sportello per orientare i potenziali imprenditori ai servizi interni a CNA o ad altri enti del territorio (Camera di Commercio, MIP). A questo si aggiunge la possibilità di fornire una mediazione iniziale rispetto a questioni burocratiche e al disbrigo di pratiche relative allo status di migrante (interpretazione di leggi e normative, rinnovo e rilascio dei permessi di soggiorno, ricongiungimenti familiari, ecc.), oltre al sostegno e accompagnamento alla richiesta di credito (e micro credito).

Le altre **associazioni di categoria**, tra cui citiamo ASCOM, Confcooperative, Coldiretti e Confagricoltura, dispongono di strumenti e sportelli informativi dedicati alle attività dei rispettivi settori di intervento.

Tra queste, nel percorso di analisi delle attività rivolte agli imprenditori di origine straniera, si segnala un'iniziativa promossa da **ASCOM** nell'ambito dell'analisi dell'imprenditoria migrante, in quanto parte importante dell'insieme delle attività commerciali.

ASCOM, in collaborazione con Paralleli-Istituto Euro-Mediterraneo di Torino ha realizzato nel 2012-2013 un progetto volto ad approfondire la conoscenza delle dinamiche di sviluppo dell'imprenditorialità straniera a Torino, i punti di forza e

³³ www.cna.to.it/it/stranieri/CNA%20World%20dedalo

³⁴ Sono associate a CNA principalmente aziende individuali e familiari (73,5%) e società di persone (23,5%). Le società di capitale rappresentano solamente il 3%.

quelli di debolezza, per favorire l'integrazione dell'imprenditoria straniera e italiana sul territorio³⁵, con riferimento alle comunità marocchina e cinese.

API - Associazione Piccole e Medie Imprese di Torino e Provincia, che fornisce un servizio di consulenza di tipo trasversale³⁶, pur non disponendo di un servizio specifico per l'imprenditoria migrante, ha realizzato in passato dei momenti di confronto con l'associazione d'imprenditori edili d'origine rumena ed ha valutato (senza successo) la creazione di una categoria "stranieri" all'interno del premio annuale "Chiave a stella". Inoltre, l'API ha avviato la presa di contatto con i Consolati, nell'ottica di uno scambio tra le imprese associate e i mercati stranieri verso i quali l'impresa si vuole affacciare.

All'API fa inoltre riferimento un'associazione dedicata all'imprenditoria femminile: **APID- Imprenditorialità Donna**, attiva nell'ambito di progetti e nella gestione di sportelli. Per quanto riguarda l'attività di progettazione, nell'ambito dell'iniziativa Leonardo, APID insieme ad Almamater e Fondazione Operti ha sperimentato un percorso di accompagnamento di donne (di cui parte provenienti da paesi extra europei – Nigeria, Marocco, Algeria, Brasile, Pakistan) per facilitare l'avvio di attività imprenditoriali.

Questa, così come altre iniziative promosse, sono occasioni per avvicinare un target altrimenti poco propenso a rivolgersi ai servizi dell'associazione. A riprova, si nota che tra gli utenti dei servizi di sportello erogati abitualmente dall'APID, solo circa il 5% sono donne migranti, e che queste sono sovente collegabili unicamente a progetti o iniziative specifiche come quella sopraccitata.

Nel settore formativo, oltre ai corsi e agli aggiornamenti continui proposti dalle associazioni di categoria, troviamo alcune offerte messe a disposizione da agenzie specializzate. Tra queste citiamo **ENAIIP**, agenzia formativa, che sviluppa percorsi rivolti all'insieme degli imprenditori e, parallelamente, offre corsi indirizzati agli imprenditori stranieri³⁷.

Un'importante tipologia di servizi viene fornita sul territorio da enti che, per la loro prossimità e le collaborazioni instaurate con le comunità migranti, svolgono un ruolo fondamentale per il primo orientamento e la messa in relazioni con i dispositivi specializzati.

Si tratta sovente di soggetti che, in maniera complementare ad altre attività di supporto all'integrazione dei migranti, hanno sviluppato servizi caratterizzati da risorse e numero di utenti limitati ma, allo stesso tempo, capaci di fornire un **sostegno di prossimità** e rispondente ai bisogni non solo imprenditoriali ma anche, in senso più ampio, socio-culturali e personali.

Tra questi segnaliamo le **Agenzie di Sviluppo locale**, enti di promozione dello sviluppo economico e sociale dei quartieri della città di Torino.

³⁵ La ricerca realizzata nell'ambito del progetto "Facilitare l'inserimento di operatori stranieri in attività commerciali" non è ancora disponibile al momento della scrittura del presente studio.

³⁶ Previdenziale, tecnico, legale, fiscale, finanziario.

³⁷ Si veda, a titolo di esempio, il progetto PETRARCA 3, finanziato dal Fondo europeo per l'Integrazione di cittadini dei paesi terzi (FEI).

Sovente la nascita e la gestione di tali agenzie sono il frutto della collaborazione tra istituzioni pubbliche e enti privati. A titolo d'esempio citiamo The Gate, che realizza azioni di promozione socio-culturale e economica in un'area (Porta Palazzo) in cui l'imprenditoria migrante risulta fondamentale, considerando il peso del mercato e dell'insieme dei negozi a conduzione straniera del quartiere.

Per migliorare i servizi offerti sul territorio, nel 1999 The Gate ha creato l'associazione **Apolié**, che offre un supporto per l'orientamento ai cittadini, in prevalenza di origine straniera, sulle tematiche dell'inserimento lavorativo.

Apolié ha fornito per alcuni anni anche un servizio aggiuntivo dedicato all'accompagnamento per l'avvio d'impresa, dedicato alla compilazione di un dossier preliminare da presentare, in seguito, agli enti specializzati (in primo luogo il MIP). Questa funzione è oggi venuta meno, lasciando il posto a un servizio di orientamento e prima consulenza, soprattutto per quegli imprenditori in situazione di difficoltà che cercano un primo contatto con i dispositivi presenti sul territorio.

Un ruolo che si avvicina a quello descritto qui sopra viene ricoperto da altri centri territoriali, quali ad esempio i **Bagni via Aglié**, parte della rete "Di casa in casa" promossa dal Comune di Torino. I "Bagni" sono un luogo di incontro della cittadinanza e promozione di iniziative locali, in un quartiere, Barriera di Milano, ad alto tasso di immigrazione. Oltre ad ospitare eventi e sportelli, nel novembre 2013 è partita l'iniziativa "Manager d'area" che prevede un percorso di consulenza, accompagnamento e formazione professionale per le imprese di Barriera di Milano. I progetti, inseriti nelle azioni di marketing territoriale si avvalgono anche del sostegno della Camera di Commercio di Torino e del Comitato Urban.

Nella stessa categoria rientrano **l'Hub Cecchi Point** e la **Casa del Quartiere di San Salvario**, che pur senza avere attività specifiche nell'ambito del sostegno all'imprenditoria sono degli importanti punti per la circolazione di informazioni e per la messa in rete di esperienze di piccole dimensioni ma caratterizzate da un forte legame con il territorio.

Tra queste iniziative citiamo il **Progetto Prodomo8**, promosso dalla Circoscrizione 8 e da numerose associazioni con l'obiettivo di creare una rete di artigiani locali a disposizione dei cittadini a prezzi calmierati. L'iniziativa, inserita nel contesto multiculturale del quartiere di San Salvario, è un esempio di valorizzazione territoriale delle piccole e piccolissime imprese e, pur contando a oggi un numero limitato di artigiani stranieri, potrebbe costituire un interessante strumento di integrazione e promozione.

La messa in rete dei piccoli imprenditori è anche l'obiettivo dell'associazione **Vivi Balon**, il punto di riferimento per artigiani e commercianti interessati a vendere i propri prodotti nell'area del mercato omonimo. L'associazione fornisce assistenza agli espositori, orientamenti per l'ottenimento di permessi, autorizzazioni, assegnazione posti, consulenze ai soci per problematiche commerciali.

Appartengono alla categoria del privato sociale anche gli enti che, pur essendo specializzati nel sostegno al lavoro subordinato (non offrendo quindi prestazioni dedicate al lavoro autonomo e imprenditoriale), svolgono un servizio di sportello e

primo orientamento rispetto alle richieste di migranti aspiranti imprenditori e di smistamento verso gli enti specializzati di cui abbiamo parlato in precedenza.

Tra questi citiamo i cosiddetti Sportelli lavoro, quali quelli gestiti dall'**Associazione ASAI** e da Abele Lavoro. Il primo caso rientra pienamente nella categoria di soggetti che, pur senza fornire sostegno specifico per l'imprenditoria, si trova per sua *mission* ad affrontare bisogni tipici della popolazione immigrata. In quanto sportello di prossimità e punto di riferimento per numerose comunità migranti, ASAI svolge un ruolo di ascolto, orientamento e messa in relazione con i servizi del territorio per quegli imprenditori che rientrano tra i fruitori dei suoi servizi più tradizionali.

Le agenzie gestite da migranti: una risposta alle richieste degli imprenditori?

Un ruolo interessante e spesso poco conosciuto è svolto da soggetti, sovente di piccole dimensioni e con strutture flessibili, che si avvalgono di strumenti e risorse umane che per provenienza o competenze esercitano un ruolo di mediazione tra i servizi offerti dal territorio provinciale e i migranti che si interessano alle tematiche imprenditoriali.

Si tratta in particolare di un'azione di mediazione culturale e linguistica, oltre che di orientamento, capace di dare indicazioni utili sia per una corretta messa in relazione tra bisogni e servizi esistenti, sia per un accompagnamento diretto delle imprese con cui entrano in contatto.

Tra le numerose agenzie nate negli ultimi anni, citiamo in particolare l'esperienza di **RA-GI Servizi per l'immigrazione**, nata nel 2007. RA-GI si occupa di facilitare il percorso di integrazione e regolarizzazione sul territorio della componente straniera della popolazione (cittadini comunitari ed extra-comunitari) erogando servizi di consulenza, orientamento, accompagnamento al disbrigo delle pratiche burocratiche, attivando anche specifici servizi di sostegno/consulenza per l'avvio di impresa. Il personale dell'agenzia, composto da immigrati che nel corso degli anni hanno maturato esperienza nel settore, si presenta come un interlocutore "facile" per il migrante che in questo modo riceve le prime informazioni da una struttura che sente vicina, geograficamente (il quartiere è una dimensione importante per il contatto con i clienti) e culturalmente.

Esperienza simile è anche quella dell'Agenzia **Med Consulting**, il cui responsabile è un ex imprenditore che si dedica con altri collaboratori all'accompagnamento di migranti, principalmente marocchini, interessati ad aprire attività economiche a Torino, in altri paesi europei oppure nel paese d'origine. I servizi offerti, in conformità con gli obiettivi di questa tipologia di enti, prevedono la creazione di una relazione diretta, basata sulla fiducia personale e sulla presa in carico "a 360°" dell'utente, che viene ascoltato e accompagnato assegnando alla continuità del sostegno un ruolo fondamentale, a cui si affianca la flessibilità dei servizi erogati.

In questi due casi, l'utente viene seguito direttamente e non orientato a soggetti terzi. Anche nel momento in cui emergono problematiche specifiche queste agenzie

si fanno carico della ricerca di informazioni e documenti per conto del cliente. Sembra essere questo il punto di forza di questi soggetti, che intercettano una fetta importante dei migranti imprenditori del territorio.

2.4.2 Servizi per il credito

La questione dell'accesso al credito rimane un elemento di criticità nell'affrontare la questione del sostegno all'imprenditoria, in particolare per gli imprenditori di origine straniera. Una ricerca della Fondazione Leone Moressa (significativamente intitolata "Anche gli imprenditori stranieri soffrono la crisi"³⁸) mostra come il 75,6% degli intervistati abbia fatto ricorso all'autofinanziamento per la propria attività, appena il 20,5% abbia chiesto un prestito alla banca³⁹. Altro dato su cui riflettere: oltre il 60% degli imprenditori stranieri oggetto dell'indagine non ha mai avanzato neanche la richiesta di un prestito.

A confermare quest'indicazione, l'Osservatorio Nazionale sull'Inclusione Finanziaria dei Migranti in Italia evidenzia che "mentre nel 2010 il 50% dei correntisti immigrati appartenenti al segmento *small business* aveva in corso un finanziamento presso una banca, nel 2011 tale percentuale si è più che dimezzata, scendendo al 23%"⁴⁰.

L'accesso al credito costituisce quindi un fattore limitante per l'imprenditoria migrante. I cittadini stranieri incontrano più difficoltà nell'ottenimento del credito a causa di due elementi principali: la scarsa presenza di garanzie patrimoniali personali o familiari e le ridotte informazioni sui loro percorsi bancari precedenti (nei paesi d'origine). Tali difficoltà, unitamente alla presenza di informazioni erranee, spingono sovente verso il ricorso a canali di finanziamento informali.

Se è vero che la maggior parte degli imprenditori stranieri fatica ad accedere al finanziamento per la propria attività e che, di conseguenza, il ricorso all'autofinanziamento risulta essere fondamentale, è altresì importante sottolineare come la clientela immigrata sia oggetto di un'attenzione particolare da parte di una fascia specifica di servizi, identificata con il settore del micro-credito.

La provincia di Torino presenta, in quest'ambito, alcuni esempi significativi, frutto di esperienze differenti, ma accomunati dalla capacità di proporre soluzioni vicine alle esigenze degli imprenditori migranti.

A fianco degli enti del micro-credito, di cui parleremo a breve, è utile sottolineare che anche il settore bancario sembra sviluppare un interesse sempre maggiore rispetto a questa categoria di potenziali clienti. Alcune agenzie hanno aperto servizi dedicati ai clienti di origine straniera: si veda ad esempio l'esperienza delle "AgenzieTu" (banca Unicredit)⁴¹, nate appositamente per offrire prodotti adatti alla clientela immigrata in quartieri a forte concentrazione di stranieri.

³⁸ 2011, consultabile sul sito internet: www.fondazioneleonemoressa.org

³⁹ I crediti sono indirizzati per il 46,3% dei casi alla fase di start up di impresa, nel 24% per l'acquisto di macchinari, nell'11,6% di immobili e nel 10,7% di mezzi di trasporto.

⁴⁰ Osservatorio Nazionale sull'Inclusione Finanziaria dei Migranti in Italia, "Secondo Report", 2013

⁴¹ www.agenziatu.it

Allo stesso tempo è da segnalare la tendenza di diverse banche dei paesi di provenienza dei migranti ad aprire filiali sul territorio torinese. E' il caso della banca marocchina Attijariwafa Bank, che offre servizi mirati alla clientela d'origine africana e che sta diventando un interlocutore privilegiato anche per gli imprenditori, vista la facilità nell'avvicinarsi a una struttura spesso già conosciuta nel paese di origine.

Presentiamo ora alcune considerazioni emerse dalle interviste realizzate nell'ambito della presente ricerca con soggetti che propongono servizi nella categoria del micro-credito⁴². Oltre agli aspetti finanziari, tali enti forniscono anche un accompagnamento amministrativo e gestionale dopo l'erogazione del credito, "vero valore aggiunto rispetto a canali di finanziamento di tipo esclusivamente commerciale. Questo tipo di servizi, insieme ad un'attiva ed efficace azione di *follow-up*, contribuiscono inoltre a garantire durabilità dell'attività nel tempo"⁴³.

Tre enti che erogano micro-credito sono stati coinvolti nello studio realizzato sul territorio provinciale torinese:

- PerMicro
- Fondazione Don Mario Operti
- Cooperativa Mag4

PerMicro, nata nel 2007 a Torino, si rivolge a soggetti che desiderano avviare o sviluppare una piccola attività imprenditoriale e che, anche in mancanza di garanzie "tradizionali" risultino avere :

- una buona idea di impresa;
- capacità tecniche ed imprenditoriali giudicate sufficienti;
- una rete di riferimento che possa fornire una parte di quelle garanzie sotto forma diversa dall'apporto economico.

Il procedimento proposto da PerMicro quattro diverse fasi:



⁴² L'Unione Europea inserisce in questa categoria i prestiti che non superano la cifra di 25.000 euro.

⁴³ "Analisi dell'offerta di prodotti e servizi di microfinanza per i migranti in Unione Europea", 2014, Report del progetto Best practice exchange on microfinance for migrants in the EU (FEI).

Dalla sua nascita PerMicro ha erogato 5.186 microcrediti per un valore di oltre 29 milioni di euro, principalmente per attività imprenditoriali del piccolo commercio, ristorazione, artigianato, servizi alla persona. Considerando il target e la posizione dell'agenzia torinese (situata nel quartiere di San Salvario) la clientela di origine straniera occupa una porzione significativa del portafoglio clienti, il che ha spinto PerMicro a ideare forme di collaborazione con le comunità migranti, di cui parleremo più nel dettaglio nelle pagine seguenti.

La **Fondazione Don Mario Operti** opera nel settore del microcredito attraverso il Fondo Regionale di Garanzia per il Microcredito, nato nel 2010 e promosso da Regione Piemonte, Compagnia di San Paolo, Fondazione Cassa Risparmio di Cuneo, Fondazione Don Mario Operti Onlus e Confcommercio Piemonte. Il fondo si rivolge a soggetti con idee imprenditoriali che non dispongono di garanzie sufficienti per accedere al credito bancario ordinario tra i quali persone avanti esperienze imprenditoriali informali o che già operano con partita IVA da meno di due anni. La Fondazione Operti interviene nell'istruttoria e nell'accompagnamento iniziale dei beneficiari, nella valutazione dell'idea imprenditoriale, nel finanziamento e, infine, nel monitoraggio (due mesi) dopo la fase di start-up⁴⁴.

Il lavoro di prossimità svolto sul territorio, anche in partenariato con realtà del privato sociale, la presenza di condizioni favorevoli⁴⁵ e la volontà di mettere al centro la persona ancor prima che l'imprenditore, hanno avvicinato la Fondazione Operti alla fascia di piccoli imprenditori (si pensi che il 97% delle imprese finanziate rientrano nella categoria delle ditte individuali), legati al settore del commercio (che rappresenta il 48% delle imprese⁴⁶), spesso con un passato nel settore informale.

La tabella seguente fornisce uno sguardo sulla tipologia di utenti che si sono rivolti ai servizi di finanziamento della Fondazione Operti nel periodo 2011-2013, evidenziando l'importanza dell'utenza di origine straniera:

Utenti totali	1928
Utenti di origine straniera	585
Accessi migranti Senegal ⁴⁷	26
Progetti finanziati Senegal	8
Accessi migranti Marocco	154
Progetti finanziati Marocco	41

⁴⁴ Tali fasi si avvalgono anche della collaborazione di APID, Confartigianato, Confcommercio, Confcooperative, CNA, Confesercenti, LegaCoop, Casartigiani, oltre che di Finpiemonte.

⁴⁵ Le condizioni prevedono prestiti tra i 3000 e i 25000 euro, finanziati al 100% con un tasso di interesse di circa 4,5%.

⁴⁶ Seguono i servizi (16%), l'artigianato (12%) e la ristorazione (10%).

⁴⁷ La presenza di dati specifici sulle comunità senegalesi e marocchine è dovuta al focus del progetto IMPRA per queste due nazionalità

Nata nel 1987, la **Cooperativa Mag4 Piemonte** concede finanziamenti a cooperative, associazioni e società di mutuo soccorso attive in settori collegabili all'integrazione sociale, al commercio equo, all'educazione, alla tutela ambientale. I crediti vengono concessi solo a società (non sono quindi finanziate le imprese individuali) per importi che vanno dai 1.000 ai 150.000 euro.

Tra le attività svolte da MAG4 sono presenti anche servizi di consulenza e formazione per cooperative, nella fase di creazione d'impresa, nella gestione e nella messa a disposizione di strumenti amministrativi.

Caratteristiche di grande interesse è la capacità di queste realtà del settore del micro-credito di proporre soluzioni innovative per avvicinare i potenziali clienti (in particolar modo di origine straniera) ai servizi offerti, ponendo al centro la persona, più che il cliente. Il tentativo di stabilire collaborazioni con le reti sociali e, più in generale, con le comunità di appartenenza si è concretizzato con la creazione di percorsi di selezione e accompagnamento che si sono appoggiati a realtà del territorio, tra cui le associazioni di migranti hanno avuto un ruolo sperimentale importante, come presentato nelle pagine seguenti.

2.4.3 Servizi di sostegno all'internazionalizzazione

Uscendo dallo stereotipo che vede le imprese migranti unicamente come attività con bassi margini di profitto e scarsa capacità di innovazione, è utile considerare anche i servizi che forniscono sostegno alle imprese che vogliono orientarsi verso altri mercati, in un'ottica di internazionalizzazione delle attività economiche.

Dal punto di vista del target della presente ricerca, le imprese migranti sono per propria natura propense a rivolgere le proprie attività verso il paese d'origine, stabilendo quindi un legame tra il percorso migratorio e quello imprenditoriale.

A supporto di questa tesi, l'Osservatorio Nazionale sull'Inclusione Finanziaria dei Migranti in Italia⁴⁸ evidenzia che le imprese gestite da cittadini stranieri che si orientano a forme più complesse (definite "impresa evoluta") presentano, tra le altre caratteristiche, attività che operano principalmente nel campo dell'import export, con alti standard di qualità di servizio e di prodotto.

Tuttavia, come si evince dalle interviste realizzate agli imprenditori (presentate nel capitolo seguente) le attività svolte nel paese d'origine vengono nella quasi totalità dei casi gestite senza alcun supporto da enti specializzati. L'informalità dei contatti stabiliti e la gestione familiare delle relazioni economiche sono caratteristiche evidenti, che allontanano i migranti dai dispositivi attivi sul territorio.

Tra questi, tre principali enti che forniscono servizi rivolti alle imprese (migranti e non) orientate ai mercati esteri sono stati individuati in provincia di Torino.

⁴⁸ Secondo Report (2013)

Il **Ceipiemonte**, nato nel 2006 da un'iniziativa della Regione Piemonte in accordo con le Camere di Commercio, le rappresentanze delle categorie economiche, le Università, il Politecnico e altri enti territoriali.

Tra gli obiettivi del Ceipiemonte troviamo il rafforzamento sui mercati esteri della presenza del sistema produttivo piemontese, la valorizzazione delle eccellenze produttive e la formazione in materia di internazionalizzazione, la promozione di progetti di cooperazione internazionale⁴⁹.

Nel caso della presente ricerca risultano di particolare interesse i Progetti Integrati di Mercato (PIM)⁵⁰, rivolti alle imprese che intendano stabilirsi in mercati esteri, che forniscono assistenza per facilitare collaborazioni commerciali, industriali e tecnologiche in queste aree.

I servizi proposti da Ceipiemonte si rivolgono ad aziende ben strutturate, con competenze d'eccellenza e propensione all'innovazione.

Pur non avendo potuto recuperare dati relativi alla presenza di imprese a conduzione straniera all'interno dell'insieme delle aziende che si rivolgono a Ceipiemonte, è possibile evidenziare come la partecipazione di imprenditori migranti ai momenti formativi proposti dall'ente tra il 2010 e il 2013 sia consistente (69 partecipanti stranieri su 593 totali, il 10%).

Tale coinvolgimento testimonia l'interesse per le attività svolte dall'ente per l'internazionalizzazione delle imprese (anche a conduzione straniera) ma non è sufficiente per poter dare un giudizio sull'effettiva vicinanza tra il target oggetto del presente studio e i servizi offerti.

Ceipiemonte è anche tra i promotori del progetto Plasepri⁵¹, finanziato dal Ministero degli Affari Esteri e da Autorità senegalesi, in partenariato con la Regione Piemonte, CNA Torino e l'ONG CISV, con l'obiettivo di fornire assistenza tecnica ad immigrati senegalesi residenti in Italia che vogliono avviare una società in Senegal⁵².

Il progetto è un'iniziativa sperimentale che per la prima volta ha messo a disposizione le competenze del Ceipiemonte e di altri soggetti del territorio per fornire assistenza per la creazione d'impresе transnazionali dei migranti senegalesi, pur dovendo far fronte a diverse difficoltà in fase di esecuzione che ne hanno limitato l'effettiva implementazione.

Il secondo caso che rientra in questa categoria è presente all'interno della **Camera di commercio di Torino**, attraverso lo **Sportello Globus del Settore Estero**, che fornisce supporto in termini di informazione e orientamento nell'ambito del commercio internazionale.

⁴⁹ <http://www.centroestero.org>

⁵⁰ A titolo di esempio si veda: www.centroestero.org/repository/27_02_2014_16_21_pim-nord-africa-medio-oriente.pdf

⁵¹ Plateforme d'Appui au Secteur Privé et à la Valorisation de la Diaspora Sénégalaise en Italie

⁵² L'iniziativa si rivolge anche a imprese italiane interessate ad avviare un'attività in Senegal con un partner senegalese

I servizi erogati dallo Sportello Globus riguardano principalmente la messa a disposizione di informazioni in materia di import-export, fisco/dogane e contratti internazionali, finanziamenti e assicurazioni, proprietà industriale.

Inoltre, lo Sportello Globus ha creato in alcuni paesi dei *Desk* specifici volti a fornire assistenza mirata e a facilitare le relazioni con il territorio interessato.

A titolo di esempio, il Desk Marocco⁵³ (promosso in collaborazione con Ceipiemonte) ha sede a Casablanca e opera nell'ambito della rete degli uffici del Consorzio Camerale per l'Internazionalizzazione, in quanto strumento di approfondimento e integrazione dei servizi offerti nell'ambito dei Progetti Integrati di Mercato di cui si è parlato nelle righe precedenti.

Inoltre, la Camera di commercio di Torino mette a disposizione **Worldpass**, sportello per l'internazionalizzazione (anche virtuale tramite l'apposita piattaforma⁵⁴) che offre servizi e informazioni sui paesi e mercati, settori e normative, formalità necessarie, certificazione e procedure doganali/fiscali, partecipare a fiere e iniziative speciali.

Per quanto riguarda l'internazionalizzazione dell'artigianato e delle piccole imprese, la CNA Torino, promuove attività e consorzi per l'export, organizza la partecipazione delle imprese a manifestazioni fieristiche e missioni, in collaborazione con il Centro per l'Internazionalizzazione del Piemonte.

L'ufficio Export della CNA eroga servizi di orientamento e consulenza delle imprese per l'accesso a finanziamenti agevolati, per la partecipazione alle fiere internazionali e per la ricerca di operatori che agiscono sui mercati esteri. Inoltre, in alcune aree specifiche, come i paesi del Maghreb, vengono proposte iniziative per lo studio dei mercati, l'organizzazione di incontri e la partecipazione a fiere.

Nell'ambito del più specifico sostegno all'imprenditoria migrante, CNA ha promosso progetti che hanno visto il coinvolgimento della comunità marocchina⁵⁵, con la collaborazione dell'ONG RE.TE e della comunità senegalese (e in particolare delle donne senegalesi) con la collaborazione dell'ONG CISV.

Alla domanda "*Vengono utilizzati strumenti specifici per gli imprenditori migranti transnazionali?*" rispetto ai tre servizi descritti qui la risposta è senz'altro negativa. Il target "migrante" non è preso in considerazione in quanto categoria specifica (se non in iniziative progettuali specifiche) pur essendoci un riconoscimento -informale, emerso nelle conversazioni realizzate- del potenziale ruolo svolto dai cittadini stranieri nella promozione di attività imprenditoria verso il paese di origine.

In generale, le osservazioni presenti nelle interviste (per le quali non è stato possibile ottenere dati e statistiche) segnalano una scarsa presenza di imprese a conduzione straniera tra gli utenti dei servizi per l'internazionalizzazione.

⁵³ <http://www.to.camcom.it/desk>

⁵⁴ <http://www.worldpass.camcom.it>

⁵⁵ Il progetto "Promozione di nuove imprese da parte di immigrati marocchini nella Provincia di Khouribga", finanziato dalla Regione Piemonte e dalla Camera di Commercio di Torino, in partenariato con la Provincia e la Camera di Commercio di Khouribga, l'Istituto Euromediterraneo Paralleli.

La propensione a utilizzare canali differenti e il fatto che "spesso le attività imprenditoriali dei migranti sono troppo piccole per poter aspirare ad una dimensione transnazionale"⁵⁶ sono delle possibili spiegazioni di questa mancanza di collaborazione.

Per quanto riguarda il sostegno fornito all'attività transnazionale dei migranti imprenditori, gli altri servizi intervistati hanno riconosciuto la propensione dell'imprenditore straniero al transnazionalismo, senza però fornire esperienze di accompagnamento su questa tematica.

In alcuni casi (si veda quello della **Fondazione Don Mario Operti**), i servizi erogati possono includere occasionalmente richieste nell'ambito del fare impresa rivolta al paese d'origine, spesso con l'idea di preparare il terreno al rientro nel paese. A questi si sommano alcuni casi di importazione di prodotti, che si scontrano però con canali di import informali che non permettono il prosieguo del percorso di accompagnamento⁵⁷.

Considerazioni simili si ritrovano anche nelle pratiche di finanziamento di **Permicro**, che presenta esperienze numericamente limitate nell'ambito del finanziamento delle attività di import-export, sia per le scarse richieste ricevute sia perché il grado di fiducia verso il cliente dev'essere maggiore per accettare il rischio di finanziare questo tipo di attività. Allo stesso modo un sostegno può essere messo a disposizione da alcuni enti (si pensi ad esempio alle associazioni di categoria, API) per la fornitura di informazioni specifiche e la facilitazione della gestione dei rapporti con l'estero (dogane, trasporti).

Infine, accompagnamenti mirati che mettono a disposizione una rete di contatti personali vengono forniti dalle agenzie gestite da consulenti/commercialisti, spesso di origine straniera, di cui si è parlato in precedenza.

Il caso di **MedConsulting**, già presentato poc'anzi, rispecchia una modalità ibrida, che unisce l'informalità delle relazioni e la fiducia personale con il bisogno di rivolgersi a un esperto del settore, al quale affidarsi per un primo orientamento o per un accompagnamento continuo nelle varie fasi dell'attività.

Per concludere, alcune considerazioni possono essere fatte per quel che riguarda i servizi forniti dai servizi torinesi direttamente **nei paesi d'origine dei migranti**.

In quest'ambito, l'esperienza più significativa e strutturata è proposta dagli uffici di due enti sindacali (**CGIL/Inca e CISL/Anolf**) che hanno aperto rappresentanze presso le capitali di alcuni paesi extra-europei, tra cui Casablanca e Dakar⁵⁸. Considerando gli obiettivi propri agli enti sindacali, il ruolo ricoperto da tali sedi implica principalmente attività di consulenza e tutela in materia previdenziale, con alcuni servizi specifici relativi all'assistenza nei vari paesi (riconoscimento documenti, permessi, ecc.), che svolgono un ruolo di sostegno per il rientro dei

⁵⁶ Monda Gjini, referente dell'agenzia RA-GI Servizi per l'immigrazione

⁵⁷ Le attività finanziate non includono invece l'esportazione di prodotti finiti. Un'eccezione a questo vincolo può essere prevista se il finanziamento proviene da fondi propri della fondazione.

⁵⁸ Per l'elenco completo delle sedi si veda: <http://old.inca.it/dovetrovarci.htm?NAT=AFR> e http://www.anolf.it/index.php?option=com_content&view=article&id=38&Itemid=11

lavoratori dipendenti e favoriscono il disbrigo di pratiche burocratiche, per le quali possono quindi avere un ruolo anche per altre tipologie di soggetti, quali i lavoratori autonomi.

Un'ulteriore tipologia di soggetti sta sviluppando esperienze e competenze nel favorire le attività imprenditoriali dei migranti nei paesi d'origine: **le organizzazioni non governative (ONG).**

In particolare, la collaborazione tra ONG e imprese (migranti e non) si sta rivelando sempre più cruciale per il ruolo di attore di sviluppo avuto dalle ONG nei paesi in cui interviene, sovente con presenze decennali e con relazioni stabili con altri enti del territorio.

In quest'ambito, la possibilità di promuovere progetti di sviluppo aventi una componente di sostegno all'imprenditorialità migrante risulta una delle possibili forme di intervento. Il tema del cosviluppo, definito dall'Unione Europea (2007) come "azione di sviluppo economico, sociale, culturale e politico fondato sulla collaborazione tra i migranti, le loro organizzazioni e i loro partner sia nel paese d'origine che nel paese di destinazione", è entrato da diversi anni al centro delle agende delle organizzazioni non governative che, forse più di altri soggetti, hanno compreso le potenzialità dei migranti in quanti attori transnazionali.

Si pensi, a titolo di esempio, alle già citate collaborazioni tra le ONG RE.TE e CISV con CNA Torino in progetti di sostegno all'imprenditoria transnazionale, con la presenza attiva delle comunità di migranti marocchine e senegalesi, oppure al progetto Plasepri in cui l'ONG CISV era parte della rete di soggetti dell'iniziativa insieme a Ceipiemonte, Regione Piemonte e CNA Torino.

A questo percorso si aggiunge il dialogo sempre più presente tra ONG e soggetti del settore profit, in un'ottica di collaborazione e complementarietà.

Queste due recenti evoluzioni (o potremmo chiamarle sfide) spingono le organizzazioni attive nella cooperazione internazionale a stabilire relazioni e sperimentare opportunità anche nell'ottica di una sempre maggior valorizzazione dell'imprenditoria migrante.

Le esperienze già realizzate aprono prospettive interessanti nel momento in cui anche il mondo associativo inizia a dialogare con gli imprenditori, come mostrato dal percorso promosso dal progetto IMPRA.

2.5 Gli enti di sostegno all'imprenditoria e le associazioni di migranti: quali collaborazioni?

Partendo dalle considerazioni già avanzate in precedenza, e dai bisogni emersi da parte degli enti pubblici e privati, approfondiamo ora le considerazioni sulle collaborazioni avviate tra i soggetti analizzati e le comunità dei migranti, in particolare le loro associazioni.

Nelle interviste effettuate gli enti evidenziano due principali possibilità di collaborazione:

- Aumentando il **coinvolgimento di community leader**, persone con esperienza diretta e di "successo", provenienti da paesi diversi che possano essere da ponte verso gli utenti e trasmettere informazioni e concetti utili a facilitare il percorso proposto dall'ente.
- **Intensificando i contatti con le associazioni**, stabilendo collaborazioni, anche formali, con strutture organizzative spesso ben inserite nel tessuto delle comunità di riferimento e capaci di conseguenza di fungere da catalizzatore dei bisogni degli imprenditori e, dall'altro lato, di essere un interlocutore per gli enti attivi in questo settore.

Mentre il primo caso è presente ma in maniera sporadica, non strutturata e difficilmente riproducibile secondo uno schema chiaro, si nota che in alcuni casi i legami stabiliti con le associazioni sono stati formalmente definiti con un reciproco riconoscimento e la firma di accordi di collaborazione.

Questa seconda strada è stata percorsa da alcuni soggetti intervistati. Si tratta di casi numericamente limitati, tra i quali l'esperienza maturata da **PerMicro** merita di essere approfondita.

PerMicro ha sviluppato collaborazioni con diverse associazioni di migranti sul territorio torinese con le quali ha condiviso parte del percorso di finanziamento delle attività economiche degli imprenditori stranieri, stipulando accordi di collaborazione⁵⁹ con **l'Associazione AMECE e l'Associazione dei senegalesi a Torino (AST)** per creare una rete di garanzia morale a sostegno della procedura di assegnazione e gestione dei crediti, in cui tali associazioni hanno svolto un ruolo-chiave.

Le tappe del percorso sperimentato sono state:

- La firma di un accordo nel quale AMECE e AST si sono impegnate a fare da garante morale alle persone di origine marocchina e senegalese che si sono rivolte al servizio di micro-credito.
- L'attivazione di un servizio di prima valutazione da parte delle associazioni della fattibilità economica e sociale delle idee imprenditoriali.
- Il monitoraggio dell'evoluzione dell'attività imprenditoriale, con interventi di mediazione in caso di difficoltà nel rimborso del credito.

Inoltre, nel suo caso specifico, AMECE ha cercato di avviare dei processi di riconoscimento del debito tra Italia e Marocco attraverso l'appoggio del Consolato. Tale tentativo si è tuttavia confrontato con le differenze dei sistemi di controllo dei due paesi.

Pur permettendo di rafforzare le reti sociali che sono alla base del funzionamento stesso del micro-credito, alcune criticità sono state evidenziate e hanno portato alla chiusura dell'esperienza che prevedeva il coinvolgimento dell'associazionismo

⁵⁹ In altri casi la collaborazione si è formalizzata attraverso la firma di una lettera di impegno.

marocchino, e di AMECE in particolare. L'AST continua invece il suo ruolo di sostegno "comunitario" ai percorsi di finanziamento attivati.

La difficoltà per le associazioni di seguire le storie personali (spesso a cavallo tra l'Italia e il paese d'origine) e la necessità per PerMicro di investire tempo e risorse nella costruzione di relazioni con le associazioni, attività che non rientra nella *mission* dell'agenzia, sono alcune delle considerazioni emerse sui limiti della collaborazione sperimentata.

Quest'ultimo aspetto, sottolineato dal Direttore dell'Agenzia PerMicro di Torino, evidenzia come la creazione di **una rete che includa anche soggetti dell'associazionismo** necessiti un lavoro intenso, continuativo e attento alle caratteristiche di questa tipologia di attori.

Alcuni casi di collaborazione sono stati inoltre riscontrati per lo svolgimento di attività specifiche, inserite in un contesto di durata limitata, ma che hanno permesso un contatto importante tra enti che forniscono sostegno alle imprese e realtà associative composte da cittadini stranieri.

In questa tipologia rientra il coinvolgimento del **Forum italo-marocchino per le relazioni bilaterali** nell'iniziativa promossa da ASCOM e Paralleli-Istituto Euro-Mediterraneo⁶⁰. Più in particolare il Forum è stato implicato nella fase di ricerca e approfondimento sull'imprenditoria marocchina, ottenendo quindi un riconoscimento in quanto soggetto capace di favorire i contatti e le relazioni con la comunità marocchina del territorio.

Un'esperienza riconducibile alla precedente è stata promossa nell'ambito del progetto Prov@work⁶¹, coordinato dalla Provincia di Torino in partenariato con numerosi enti del territorio, tra cui il Ceipiemonte e IRES Piemonte. In questo caso le associazioni sono state coinvolte attraverso una prima fase di informazione mirata volta a far conoscere le opportunità offerte dal progetto e nella fase di reclutamento degli utenti/beneficiari delle attività.

Concludiamo riportando qui di seguito alcuni spunti tratti dall'intervista al Servizio Nuove imprese della Camera di commercio di Torino, che evidenziano il potenziale interesse per la promozione di forme di collaborazione con le associazioni di migranti.

In particolare, considerando il ruolo e le esigenze della CCIAA nel relazionarsi con il mondo dell'imprenditoria migrante, si segnalano i tre ambiti su cui potrebbe basarsi una potenziale collaborazione:

1. Facilitare la conoscenza della Camera di Commercio e dei suoi servizi per gli imprenditori, soprattutto piccoli imprenditori, di origine straniera
2. Diminuire il "timore" di questi soggetti nei confronti della CCIAA
3. Far circolare informazioni specifiche su corsi e progetti attivati, di durata limitata nel tempo e che necessitano quindi di una comunicazione rapida e puntuale.

⁶⁰ Il titolo del progetto è "Facilitare l'inserimento di operatori stranieri in attività commerciali"

⁶¹ Finanziato dal Fondo Europeo per l'Integrazione dei cittadini di paesi terzi - AP 2011 Azione 2

Al di là delle considerazioni specifiche relative alla Camera di Commercio di Torino, è possibile vedere in questi tre semplici punti alcune stimolanti prospettive su cui le associazioni e gli enti pubblici e privati potrebbero trovare elementi di comune interesse in un'ottica di collaborazione *win-win*.

Vedremo nei prossimi capitoli come le associazioni (marocchine e senegalesi in particolare) hanno avviato sperimentazioni in quest'ambito e quali difficoltà devono essere prese in conto nell'approfondire le potenzialità del ruolo che tali soggetti potrebbero ricoprire in sinergia con gli altri attori del territorio.

Bibliografia

Best practice exchange on microfinance for migrants in the EU (FEI), "Analisi dell'offerta di prodotti e servizi di microfinanza per i migranti in Unione Europea", Report del progetto, 2014

FIERI (a cura di), "L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in provincia di Torino", 2008

FIERI (a cura di), "L'integrazione in piazza. Commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani", 2010

FONDAZIONE LEONE MORESSA, "Anche gli imprenditori stranieri soffrono la crisi, 2011

INPS, Agenzia delle Entrate, CCIAA "Fare Impresa. Istruzioni per nuovi cittadini"

Osservatorio Nazionale sull'Inclusione Finanziaria dei Migranti in Italia, "Secondo Report", 2013

PALIDDA S., "Immigrazione e imprenditorialità: un adattamento continuo", 2006

SINT, "Caratteristiche ed esigenze degli immigrati imprenditori iscritti alla CCIAA di Torino", 2008

VENKATRAMAN S., "The promise of entrepreneurship as a field of research", 1997

Sitografia

<http://old.inca.it/dovetrovarci.htm?NAT=AFR>

http://sportellounico.comune.torino.it/creare_impresa/incubatori.html

www.agenziatu.it

www.anolf.it/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=11

www.centroestero.org

www.centroestero.org/repository/27_02_2014_16_21_pim-nord-africa-medio-oriente.pdf

www.cna.to.it/it/stranieri/CNA%20World%20dedalo

www.fondazioneleonemoressa.org

www.mettersinproprio.it

www.mipex.eu

www.to.camcom.it/desk

www.worldpass.camcom.it

3. Ruolo delle associazioni di migranti marocchini nel sostegno all'impresitoria

A cura di Francesca Garbaccio, CICSENE
con la collaborazione di F. Carbone (CICSENE), A. Bertolazzi e F. Altieri (UPM)

3.1. La metodologia adottata

3.1.1. Identificazione dei soggetti e definizione del campione

Per l'identificazione delle associazioni marocchine presenti sul territorio della Provincia di Torino si è utilizzata la tecnica del **campionamento non probabilistico "a valanga"** (o "a palla di neve"), secondo la quale i primi soggetti del campione hanno permesso di identificarne altri con simili caratteristiche. In particolare, i vari rappresentanti o membri delle associazioni sono stati selezionati in funzione dei loro legami sociali e professionali con il "nucleo" d'individui precedentemente intervistati (persone risorsa, enti e istituzioni, altre associazioni).

Per avere un quadro più generale e organico del mondo dell'associazionismo marocchino in Provincia, si è contattato anzitutto il **Consolato Generale del Regno del Marocco a Torino**, che ha manifestato interesse e disponibilità sia per quanto concerne la ricerca che per quanto riguarda il progetto più ampiamente inteso. Complesso tuttavia ottenere una lista completa e realistica delle associazioni localmente attive, anche per via della forte frammentazione del tessuto associativo locale e dunque di una certa discrepanza tra la realtà segnalata dal Consolato e l'effettiva presenza associativa rilevabile sul territorio. Da segnalare però come il Consolato stia lavorando attivamente a sostegno del tessuto associativo locale - proprio al fine di contrastare l'elevato grado di frammentarietà e le debolezze intrinseche - mappando i soggetti presenti, elaborando un dossier di approfondimento per ciascuno di essi e favorendo lo sviluppo di forme di coordinamento e messa in rete tra enti, come avremo modo di vedere nel seguito del lavoro.

La fase esplorativa della presente ricerca ha, quindi, provveduto a costruire un quadro il più ampio possibile delle associazioni che coinvolgono cittadini marocchini presenti nella Provincia torinese, al di là dell'ufficiale registrazione presso la sede consolare di Torino. **Sono state prese in esame 23 associazioni marocchine**, 3 delle quali non sono state intervistate (scarsa pertinenza rispetto ai temi oggetto di indagine e difficoltà nella presa di contatto) e 4 non risultano più in attività. Oltre a queste, nel campione sono state incluse anche due associazioni di secondo livello: una ancora in fase di creazione (la rete Ca.MRE.To), che coinvolge attualmente 9 associazioni locali, ed un'altra già costituita, la Consulta degli Immigrati, che invece ne rappresenta 18. Tra le associazioni intervistate, 14 sono attive nel Comune di

Torino⁶², 2 delle quali hanno delle attività anche sul restante territorio della Provincia (1 ha delle attività di sportello nei Comuni di Pont Canavese, Castellamonte e Cuorné⁶³, 1 nel Comune di Nichelino⁶⁴). Solo 2 associazioni hanno la propria sede fuori dal Comune di Torino (1 nel Comune di Carmagnola⁶⁵ e 1 nel Canavese e a Ivrea⁶⁶).

Ovviamente il campione individuato non ha la pretesa di essere esaustivo e rappresentativo del complesso panorama associativo presente sul territorio, ma si ritiene comunque significativo (sebbene non a fini statistici) per **esaminare ad un livello più "pragmatico"**, tramite testimonianze reali, quali siano le caratteristiche, le risorse, i bisogni e le potenzialità delle associazioni a forte componente marocchina presenti sul territorio.

3.2. Le caratteristiche delle associazioni di migranti analizzate

3.2.1. Tipologia

Prima di definire le caratteristiche delle associazioni prese in esame, è necessario tenere in considerazione due aspetti: la **difficoltà di censimento** e l'**eterogeneità del campione**.

In primo luogo, ciò che complica il tentativo di mappatura dell'associazionismo di migranti marocchini è che esso si presenta come **una pratica confusa e frammentaria, scarsamente visibile sul territorio piemontese e sfuggente in termini percettivi**. Le associazioni marocchine incontrate, infatti, sono per la maggior parte di piccole dimensioni e poco strutturate, sebbene alcune fra esse presentino un livello organizzativo più importante. Benché ci sia una volontà condivisa da un certo numero di associazioni di costruire una rete in grado di coordinare e incanalare le molteplici esigenze, nei fatti ad oggi si rileva un certo grado di **conflittualità e rivalità** fra le diverse realtà associative, come conferma il Presidente di una di queste, promotore insieme ad altri del nascente coordinamento:

"Ci sono più di 100 associazioni potenziali sul territorio, di cui 75 potrebbero essere implicate in un coordinamento, ma ci sono molte tensioni tra loro; occorre ricomporre la frammentazione." (Boussetta, AMECE)

D'altra parte, sia nel momento della creazione, sia nella successiva fase di consolidamento dell'identità associativa, intervengono diversi fattori, *in primis* le

⁶² AFIM – Associazione Fratellanza Italia Marocco, Alma Terra, Amece, Forum Italo Marocchino per le relazioni bilaterali, Ass. Islamica delle alpi, Centro culturale Dar al Hikma, Le Flambeau, Ass. Bab Sahara, Consulta cittadina degli immigrati, UFIM - Unione femminile italo-marocchina, Ass. Walima, Giovani musulmani, Interculturale Insieme, Maritaly.

⁶³ Interculturale Insieme

⁶⁴ AFIM – Associazione Fratellanza Italia Marocco

⁶⁵ Essadaka

⁶⁶ Donne contro la discriminazione

origini nazionali, politiche, culturali e religiose dei membri. Anche le ragioni che hanno motivato l'emigrazione e i diversi progetti migratori dei singoli individui sono elementi che contribuiscono alla costituzione dell'identità dell'associazione, così come i diversi contesti di vita e professionali e il tessuto istituzionale italiano. La combinazione di questi elementi può portare, evidentemente, a degli "esiti associativi complessi"⁶⁷ che difficilmente possono essere ricondotti a tipologie semplici.

La comunità marocchina sul territorio torinese, quindi, **risulta difficilmente classificabile sulla base dei classici parametri**, quali l'appartenenza comunitaria o settoriale, come efficacemente descritto nel rapporto CNEL⁶⁸:

"Sul territorio torinese manca quasi del tutto un associazionismo costituito su base comunitaria (nazionalità comune) o settoriale (appartenenza al medesimo comparto) di carattere economico-impresoriale che sia stato in grado di convogliare coesione interna ai gruppi professionali, da un lato, e di farsi interlocutore delle istituzioni, dall'altro. La stessa comunità marocchina, la più antica e la più numerosa, nonché quella con il più alto tasso imprenditoriale sul territorio, non è mai riuscita, salvo timidi tentativi perlopiù fallimentari, a organizzarsi in questo senso."

Di conseguenza, fra gli aspetti che si potrebbero prendere in considerazione per tracciare una mappatura quanto più possibile esaustiva della realtà associativa migrante, il presente studio propone di soffermare l'attenzione sulla **composizione sociale, la struttura organizzativa** e il **tipo di attività svolta** dalle associazioni prese in esame.

Composizione sociale

Prima di passare ad una dissertazione più ampia concernente le caratteristiche principali delle associazioni esaminate è necessario precisare cosa si intenda con "associazioni marocchine", focus del presente lavoro. Sono state considerate come oggetto di studio le **realtà organizzative formali** che si auto-definiscono "associazione", in quanto composte da due o più soggetti che si obbligano attraverso un'organizzazione stabile, sancita da un atto costitutivo e riconosciuta dalla legge, a perseguire uno scopo comune non economico.

Tra la fine degli anni Settanta e la metà degli anni Ottanta si nota in Italia una moltiplicazione delle più svariate organizzazioni associative. E' in questi anni che cambia la natura delle associazioni: mentre precedentemente le associazioni avevano soprattutto una connotazione politica, con le seconde generazioni di stranieri le associazioni si aprono a tipi diversificati di associazionismo, da quello sportivo a quello culturale. Con la metà degli anni '90, poi, in occasione della

⁶⁷ M. AMBROSINI, *Scelte solidali. L'impegno per gli altri in tempi di soggettivismo*, Il Mulino, Bologna, 2005.

⁶⁸ E. CASTAGNONE, "Imprenditori marocchini nel settore del "food" a Torino", in DE LUCA D. [a cura di], *Il profilo nazionale degli immigrati imprenditori in Italia*, CNEL, 2011, p.144.

politica a favore dei ricongiungimenti familiari, si osserva un incremento delle realtà associative dedicate ad attività di tipo socio-educativo destinate anche ai giovani, alle donne e alle famiglie. Tuttavia, bisognerà attendere gli **anni 2000**, per osservare un'evidente proliferazione dell'associazionismo marocchino, conseguenza - oltre che della progressiva stabilizzazione della comunità di cittadini di origine marocchina in Italia - anche di una **politica ragionata del Governo del Marocco volta al rafforzamento della comunità dei Marocchini residenti all'estero**.

Anche la realtà torinese rispecchia l'andamento storico appena descritto; infatti, il 60% delle associazioni contattate, sono nate proprio a partire dagli anni 2000, mentre 3 sono nate negli anni '90 e solo una nel 1985.

In particolare, ai fini della ricerca sono state prese in considerazione quelle associazioni con una predominante **componente marocchina tra gli associati** (di solito nel Consiglio Direttivo) oppure **tra i beneficiari** delle attività. Sebbene 6 associazioni affermino di essere composte unicamente da membri d'origine marocchina e indirizzino le attività specificatamente alla propria comunità, **la maggior parte non risulta aderire all'associazionismo marocchino strictu sensu**: 11 associazioni su 17 dichiarano, infatti, che il proprio tessuto associativo è caratterizzato da una composizione nazionale mista e che le attività stesse sono rivolte ad un bacino d'utenza più ampio che la sola comunità marocchina.

Struttura organizzativa

L'associazionismo marocchino nella Provincia di Torino si presenta come una **realtà composita e disorganica**, formata da alcune associazioni meglio strutturate e da molte altre scarsamente visibili e poco attive sul territorio, come confermato dalle parole di un nostro interlocutore

"Sono più di 100 le associazioni in Provincia di Torino ma di alcune non si sa nulla, alcune sono ferme" (M. Boussetta)

Come rilevato anche da Capello⁶⁹ e Persichetti⁷⁰, la scarsa strutturazione e istituzionalizzazione della vita comunitaria marocchina potrebbe essere ricondotta, almeno in parte, al prevalere del principio e della pratica della *qaraba*, ovvero alla centralità - che persiste anche nell'esperienza migratoria - dei legami famigliari, di parentela e di "vicinato sociale"⁷¹, già caratterizzanti la comunità marocchina nel proprio Paese d'origine. Pertanto, non è possibile trascurare la **scarsa o nulla familiarità della mentalità marocchina con le forme associative**⁷².

⁶⁹ C. CAPELLO, *Le prigionie invisibili. Etnografia multisituata della migrazione marocchina*, Franco Angeli, Milano, 2008.

⁷⁰ A. PERSICHETTI, *Tra Marocco e Italia: solidarietà agnatica ed emigrazione*, Cisu, Roma, 2003.

⁷¹ Si noterà, infatti, nella parte dello studio dedicata specificatamente all'imprenditoria migrante, che in molti casi il singolo individuo ha preferito rivolgersi a soggetti a lui più prossimi (parenti e amici) piuttosto che ad associazioni, per chiedere sostegno all'avviamento della propria attività imprenditoriale.

⁷² S: BORRI, "Le reti associative dei cittadini marocchini residenti in Lombardia", in *Il migrante marocchino come agente di sviluppo e di innovazione nelle comunità di origine*, Exodus ed., Milano, 2002, p.328

Infatti, se da un punto di vista sociologico, il mondo associativo può efficacemente essere descritto con la metafora delle "tre cerchie concentriche"⁷³, nel caso delle associazioni marocchine prese in esame, osserviamo un nucleo decisamente ristretto di attivisti e una **presenza importante della figura del presidente** o rappresentante legale.

In particolare, sul campione preso in esame, abbiamo rilevato che i soci effettivamente attivi all'interno dell'associazione (perché membri, ad esempio del Consiglio Direttivo) sono in media dalle 7 alle 13 persone. Si tratta, in effetti di un numero piuttosto esiguo se si considera che i soggetti che partecipano alle attività come associati e/o come utenti variano da un minimo di 50 a un massimo di 1500 unità. In alcuni casi, inoltre, su dichiarazione dello stesso, è al Presidente che è rinviato quasi tutto l'onere della gestione dell'associazione.

Appare, dunque, evidente il legame che sussiste tra la scarsa partecipazione associativa e la prevalenza dei legami familiari, di parentela e di "vicinato sociale": ciò che incentiva il singolo ad avvicinarsi all'associazione è innanzitutto la **figura del Presidente**. Egli si presenta come una figura **rispettabile e rispettata** all'interno della comunità, perché più anziano o perché ricco di esperienza e contatti con il resto della comunità marocchina e italiana, a volte avendo ricoperto nel corso degli anni ruoli di spicco nel dialogo con le istituzioni locali. Rispondendo all'esigenza di riconoscimento pubblico, egli **si fa carico della stabilità organizzativa del gruppo**. Molto spesso, inoltre, il Presidente o il Rappresentante Legale dell'associazione coincidono con il socio fondatore stesso dell'organizzazione.

Tipo di attività svolta

Come si è detto - nel caso dell'associazionismo marocchino in Piemonte ed a Torino nello specifico - l'origine nazionale non costituisce un parametro effettivamente in grado di distinguere le differenti realtà organizzative (infatti, nella maggior parte dei casi, il tessuto dell'associazione è misto). In questo studio si preferisce piuttosto **classificare le varie associazioni per "tematica"**, cioè in base a quegli argomenti che hanno permesso agli individui di raggrupparsi al di là dell'identità geografica: ad esempio, la cultura, il genere, i giovani, la religione.

Tra i soggetti intervistati possiamo delineare tre gruppi, riprendendo una categorizzazione offerta da Carchedi⁷⁴ :

1. quelli che si occupano esclusivamente di tematiche sociali;
2. quelli che si dedicano prettamente ad attività di tipo culturale;
3. quelli che sono impegnati sia in attività di welfare sia culturali.

⁷³ Gli iscritti semplici all'esterno, gli attivisti che si fanno carico di promuovere con assiduità la vita associativa e che costituiscono il cerchio più interno, e il Presidente che dà un volto e più in generale rappresentanza e visibilità all'associazione. Cfr. E. RECCHI, "La membership e la leadership" in RECCHI E. [ed.], *L'arcobaleno della partecipazione. Immigrati e associazionismo in Toscana*, CESVOT, Firenze (coll. "I Quaderni"), 2006, p. 39.

⁷⁴ F. CARCHEDI, "Le associazioni degli immigrati", in PUGLIESE E. [a cura di], *Rapporto immigrazione. Lavoro, sindacato, società*, Ediesse, Roma, 2000.

La maggior parte delle associazioni incontrate (62,5%) si dedica soprattutto ad attività d'accompagnamento ed inserimento sociale dei gruppi più deboli della popolazione migrante. Sulla base di quanto previsto dagli Statuti di queste associazioni, è possibile individuare **quattro aree d'interesse** principali : la figura femminile, i giovani, la religione islamica e l'accompagnamento ai servizi.

In particolare, tre associazioni⁷⁵ nascono per facilitare **l'integrazione delle donne e delle famiglie**, giunte dal Marocco per ricongiungersi ai propri familiari già in Italia. Attualmente, esse si occupano dell'inserimento nel tessuto sociale italiano di donne migranti di provenienza varia (Nord Africa e non solo), proponendosi come *"un luogo pratico e simbolico d'intermediazione tra le donne e la città, uno spazio di comunicazione interculturale femminile"* (Almaterra). Esistono poi altre tre associazioni⁷⁶ che, sebbene non considerino la figura femminile come target principale d'utenza, prevedono comunque alcune attività dedicate alla donna, concentrandosi soprattutto sulla famiglia, in quanto primo ambiente di socializzazione dell'individuo.

Queste ultime, insieme ai Giovani Musulmani d'Italia e all'Associazione Ambasciatori di Pace (ASAT), si distinguono invece per l'interesse particolare rivolto alla salvaguardia del **processo evolutivo ed educativo dei giovani immigrati**. Sebbene nel corso degli anni i migranti marocchini siano riusciti a mettere in piedi numerose sale di preghiera e centri religiosi islamici, dimostrando una sicura capacità organizzativa⁷⁷, solo due associazioni⁷⁸ (all'interno del campione individuato) hanno dimostrato di aver particolarmente a cuore l'educazione religiosa dei musulmani, estendendo le proprie attività d'accompagnamento sociale e spirituale a tutte quelle persone che abbracciano la fede islamica, più in generale.

Altre quattro organizzazioni⁷⁹ si dedicano, invece, **all'orientamento e accompagnamento ai servizi del territorio**, soprattutto in campo socio-assistenziale e scolastico (sostegno nel disbrigo di pratiche burocratiche e amministrative, consulenza per il rinnovo dei permessi di soggiorno...). Due di esse⁸⁰ peraltro, come vedremo meglio più avanti, sono poi ulteriormente impegnate, seppur in forma ancora embrionale, nelle pratiche di sostegno ed accompagnamento per connazionali potenzialmente interessati all'avvio d'impresa in Italia, e/o ad imprenditori italiani interessati ad investire in Marocco

Come già accennato, una percentuale minore di associazioni (**37,5%**) si dedica **ad attività finalizzate allo scambio culturale tra il Marocco e l'Italia**. Si tratta perlopiù di realtà che hanno deciso di promuovere la cultura marocchina ed araba più in generale, con il duplice fine di rispondere sia alla domanda di servizi culturali e sociali da parte della comunità immigrata di cultura araba e mediorientale sia, allo

⁷⁵ Almaterra, Donne contro la discriminazione e AFIM.

⁷⁶ AMECE, Le Flambeau e Associazione Islamica delle Alpi.

⁷⁷ O. SCHMIDT DI FRIEDBERG, "Du local au transnational. Les réseaux économiques et les activités d'entreprise des Marocains à Milan et à Turin", in CESARI J., *La Méditerranée des réseaux. Marchands, entrepreneurs et migrants entre l'Europe et le Maghreb*, Maisonneuve et Larose, Paris, 2002.

⁷⁸ Giovani Musulmani d'Italia e Associazione Islamica delle Alpi.

⁷⁹ Interculturale Insieme, Maritaly, Forum Italo- marocchino per le relazioni bilaterali e UFIM.

⁸⁰ Maritaly, Forum Italo- marocchino per le relazioni bilaterali

stesso tempo, di fungere da ponte con la cultura del Paese d'accoglienza. Solo due tra queste⁸¹, nascono unicamente a questo scopo, mentre le altre integrano l'aspetto culturale alle diverse attività di tipo sociale.

Infine, alcune associazioni, accanto alle attività abituali, sono impegnate in attività d'accompagnamento dei propri connazionali che vogliono avviare attività imprenditoriali in Italia o nel proprio Paese d'origine. Tuttavia, come vedremo nel prossimo paragrafo, tali realtà associative generalmente non prevedono da statuto questo tipo di servizio, erogando piuttosto tali prestazioni a livello informale.

3.2.2. Obiettivi

Nel presentare le diverse associazioni, è necessario tener presente che esiste una **forte relazione tra il tipo di attività** previste dallo statuto dell'associazione di migranti e i tempi, **le tappe della migrazione** più genericamente intesa.

E' evidente che il migrante, nella prima fase di arrivo e installazione nel Paese di accoglienza, ha bisogno di soddisfare alcuni bisogni primari, quali l'inserimento abitativo, la regolarizzazione amministrativa, la salvaguardia della salute e l'individuazione/mantenimento del lavoro. Di conseguenza, in questa prima fase del processo migratorio, le associazioni s'impegnano soprattutto a rispondere a questo tipo di necessità, orientando le attività innanzitutto verso i propri connazionali, favorendo il processo di primo inserimento. I raggruppamenti su base comunitaria in risposta a situazioni sociali problematiche sono, infatti, le prime forme associative formali o informali di migranti. Solo in seguito, si può pensare d'investire in attività che abbiano una risonanza anche nel Paese d'origine o che possano avere dei benefici anche sul resto della comunità d'accoglienza.

Nel caso delle associazioni prese in esame, è **molto presente il sentimento di mutuo soccorso nei confronti dei connazionali**, come sottolinea il Presidente dell'Associazione AMECE

"La nostra associazione nasce per venire incontro alle esigenze manifestate in modo capillare dalla comunità marocchina che non aveva alcun punto di riferimento nella città di accoglienza"

L'associazionismo marocchino nella Provincia di Torino, dunque, nasce inizialmente con l'intento di ricreare uno spirito di comunità e di mantenere sempre vivo il legame dei propri membri migranti con la cultura e con il Paese d'origine. In un primo momento le associazioni sono, inoltre, **veicolo per la partecipazione dei migranti stessi alla vita sociale della comunità locale**. A tal fine esse si organizzano per offrire diversi servizi di supporto ai connazionali, sia dal punto di vista socio-assistenziale, sia amministrativo. L'obiettivo principale in questa fase è d'interpretare, spiegare e semplificare l'interazione nella vita ordinaria, fungendo in pratica da centro di mediazione culturale e da canale di comunicazione privilegiato fra i propri membri e le amministrazioni locali.

⁸¹ Walima e Dar al Hikma.

In **alcuni casi** si può però già rilevare **un'apertura nei confronti di altre realtà** presenti sul territorio (la popolazione italiana o migranti di altra provenienza geografica), come si evince dalle parole della rappresentante dell'Associazione Alma Terra, che si distingue dalla maggior parte delle altre per la sua multi etnicità interna

"Abbastanza contrarie alle associazioni etniche, dobbiamo aprirci al rapporto con gli altri, non chiuderci dentro la comunità."

Due sono gli esempi di associazioni che si stanno impegnando per promuovere una presenza partecipata, costruttiva, maggiormente organizzata sul territorio italiano: da una parte la **Consulta degli Immigrati** e dall'altra la nascente rete **Ca.MRE.To.**, entrambe associazioni di secondo livello.

Nel primo caso si tratta di una rete di 18 differenti comunità di migranti residenti in Italia, nata nel 2001 con l'intento di aggregare i migranti intorno a problematiche comuni, alla ricerca di risorse e soluzioni congiunte. Nel secondo caso, invece, si parla di un'iniziativa delle associazioni di Marocchini residenti all'estero, attualmente attive nella Provincia di Torino, che si stanno organizzando con il benessere ed il supporto del Consolato in un coordinamento capace d'**armonizzare le forze, contrastare la frammentazione e valorizzare l'impegno di ciascuna**, come spiega bene uno dei fautori della rete, Presidente dell'Associazione Le Flambeau:

"L'idea è quella di creare uno spazio di dialogo tra le varie associazioni marocchine, nel quale ciascuna possa portare la propria esperienza in un settore specifico. A tal fine, le aree di competenza vengono ben definite e spartite tra i membri, in modo da evitare sovrapposizioni di ruoli tra le varie associazioni"

Con il consolidarsi della presenza migratoria sul territorio le associazioni si propongono poi progressivamente di mettere in valore e promuovere la propria cultura anche nel Paese d'accoglienza, con l'intento di **facilitare il processo positivo d'inclusione sociale dei migranti**. Dalle parole dei soggetti intervistati emerge una chiara "volontà integrazionista"⁸², cioè il desiderio di **rendersi visibili in maniera costruttiva**, ricercando costantemente delle forme di rappresentanza e partecipazione:

"(...) vediamo se noi marocchini siamo capaci di fare qualcosa o no. E poi vediamo anche con chi lavorare qui, nell'ottica del 'ti do- mi dai" (Le Flambeau).

Volendo riassumere dunque la realtà incontrata nel corso della presente ricerca, ci si può affidare alla tipologia elaborata da Sofia Borri in occasione di una ricerca sulle reti associative dei cittadini marocchini residenti in Lombardia, la quale

⁸² FONDAZIONE CORAZZIN [a cura di] " Le associazioni dei cittadini stranieri in Italia", CNEL, Roma, 2001, p.1.

suddivide le realtà associative in **associazioni a forte isolamento**, **associazioni in transizione** e **associazioni partecipative**⁸³.

Nel caso del nostro campione, **solo un'associazione**⁸⁴ rispecchia l'immagine di un'organizzazione **piuttosto chiusa**, caratterizzata da una vita associativa che ruota principalmente attorno alla figura del suo Presidente.

La maggior parte delle realtà incontrate è riconducibile invece alla tipologia delle **"associazioni in transizione"**: esse appaiono come organizzazioni ancora concentrate attorno ad un **piccolo gruppo di riferimento** (se non proprio attorno alla sola figura del Presidente) che si occupa di gestire i contatti istituzionali in maniera alquanto personalistica, con attività che di solito non rispondono ad una progettualità sul lungo periodo, ma che sembrano piuttosto rispondere all'esigenza di visibilità del gruppo referente presso le istituzioni (anche il Consolato). Tuttavia, queste associazioni sono riuscite ad avviare, seppur faticosamente, **processi di scambio e interazione con il territorio di accoglienza** e si stanno impegnando a lavorare sulla partecipazione dei propri membri e il coordinamento con le altre realtà associative.

Infine, è possibile citare **alcune associazioni di tipo "partecipativo"**⁸⁵, perché molto dinamiche e attive sul territorio italiano. Si tratta di quelle organizzazioni a **partecipazione mista**, di solito gestite da immigrati giovani o con un livello socio-culturale medio- alto. Esprimono una volontà di apertura ad altre realtà associative del territorio in una prospettiva di **progettazione partecipata** e manifestano il desiderio di avviare anche contatti e attività con il paese di origine, sebbene solo poche riescano poi davvero a concretizzare questa volontà.

3.3. I servizi di sostegno all'imprenditoria

Come anticipato nei capitoli precedenti, a fine 2013 le imprese straniere in Italia erano 497.080, di cui 384.318 guidate da cittadini provenienti da Paesi extra UE⁸⁶, con una **straordinaria prevalenza d'impresе individuali** (400.583); quanto alla provenienza degli imprenditori - con riferimento alle sole imprese individuali - **il Paese leader resta il Marocco**, da cui provengono 61.177 titolari.

Date queste premesse, pare utile soffermarsi proprio sul processo di creazione d'impresa, con un'attenzione particolare al ruolo che le associazioni di migranti si assumono (o si potrebbero assumere) nell'accompagnamento dei propri connazionali, aspiranti imprenditori. Come già sottolineato in merito alle associazioni marocchine in generale, anche dal punto di vista dell'associazionismo imprenditoriale si evidenzia la **difficoltà da parte della comunità marocchina a**

⁸³ S. BORRI, "Le reti associative dei cittadini marocchini residenti in Lombardia", in *Il migrante marocchino come agente di sviluppo e di innovazione nelle comunità di origine*, Exodus ed., Milano, 2002, p.335.

⁸⁴ Maritaly

⁸⁵ Ass. Islamica delle Alpi, Forum Italo- marocchino per le relazioni bilaterali, Consulta, GMI, AMECE.

⁸⁶ "Unioncamere: nel 2013 le imprese straniere sfiorano quota 500mila. Napoli, Roma, Monza e Milano le province che corrono di più", 21/03/2013, www.unioncamere.gov.it.

strutturarsi in forme organizzative stabili⁸⁷. Tuttavia notiamo come le varie realtà associative rivelino spesso una **volontà d'accompagnamento dei propri membri** per quanto concerne la dimensione economico/professionale, sebbene la loro *mission* non sia incentrata su questa tematica in senso stretto.

3.3.1. Tipo di servizi erogati

Le attività previste in tale direzione nascono in risposta ad una **serie di bisogni** che spaziano dalla **difficoltà nel reperimento di finanziamenti** per lo start up progetto imprenditoriale, alla **manca di una conoscenza/comprendimento adeguata delle procedure** per avviare e reggere l'impresa. Tali necessità a loro volta alimentano nei potenziali imprenditori sentimenti di timore e cautela eccessiva nell'assunzione dei rischi connessi al lancio dell'attività oppure, al contrario, provocano il fallimento dell'attività, come testimoniano le parole della rappresentante dell'associazione Alma Terra:

"(...) c'è anche il problema della disinformazione per persone che fanno imprenditoria: molti stranieri che aprono partite IVA, poi non sono ben informati e vanno incontro a problematiche di vario tipo (...)"

Molto spesso, anche in riferimento all'attuale contesto di crisi economica, capita che l'apertura della **partita IVA rappresenti solo "un ombrello per avere il permesso di soggiorno"** (UFIM - 3/05/2014), cioè un *escamotage* messo in atto dal migrante disoccupato per dare alle autorità competenti "l'impressione" di avere le risorse finanziarie necessarie per meritarsi i documenti. Sono proprio le attività avviate in questo modo (vendita porta a porta, ambulante), dunque, ad avere una scarsa probabilità di sopravvivenza, perché l'improvvisato imprenditore non ha le conoscenze necessarie per dare sostenibilità al proprio progetto:

"Per alcuni cittadini marocchini fare business è un obbligo: allora partono con il piede sbagliato, non fanno il business plan" (Sofaræ Assalam - ASAT)

E' quindi a tali soggetti che le associazioni cercano di estendere il proprio aiuto:

"Aprono la partita IVA per fare o rinnovare il permesso di soggiorno, ma non conoscono le conseguenze. Noi siamo qui per loro" (UFIM)

Tuttavia, sebbene i bisogni siano abbastanza chiari, le associazioni che se ne prendono formalmente carico sono rare. Si tratta del **Forum italo-marocchino per le relazioni bilaterali**, che **prevede per statuto un'attività d'accompagnamento all'imprenditoria**, mentre la maggior parte delle associazioni contattate dichiara di svolgere soltanto a livello informale un'azione di supporto non prevista istituzionalmente. Tra le rimanenti, esistono associazioni che hanno avuto dei servizi *ad hoc* in passato e altre che scelgono di non farsi carico di questo tipo di necessità, reindirizzando le persone interessate ad altri enti sul

⁸⁷ E. CASTAGNONE "Imprenditori marocchini nel settore del "food" a Torino", in DE LUCA D. [a cura di], *Il profilo nazionale degli immigrati imprenditori in Italia*, CNEL, 2011, p.151.

territorio (Camera di Commercio), come spiegano i referenti di Alma Terra e dell'Associazione Islamica delle Alpi:

"(...) se una donna arriva ed esprime volontà di auto-impresa la indirizziamo verso altri enti, il MIP soprattutto" (AlmaTerra)

"Nel caso di richieste d'aiuto per avviamento d'impresa, a meno che non si tratti di un problema di tipo linguistico (nel qual caso sarebbe previsto un servizio d'interpretariato), l'associazione dirotta la persona ad altri servizi" (Associazione Islamica Alpi)

I motivi che impediscono a queste ultime di continuare a gestire i servizi già avviati o di crearne *ex novo*, riguardano generalmente la **mancanza di risorse sia finanziarie che professionali** (competenze per la fase di start-up); da evidenziare come comunque raramente le associazioni interpellate abbiamo dichiarato di non esser interessate all'argomento.

In particolare - tra i **servizi d'accompagnamento svolti in passato** dalle associazioni e mappati attraverso il presente studio - segnaliamo **il corso formativo "Fare impresa"**, voluto e promosso dalla Consulta cittadina degli immigrati in partenariato con l'Agenzia delle Entrate, su sollecitazione di alcuni migranti interessati ad approfondire le tematiche relative al commercio e l'imprenditoria. Inoltre, è utile citare anche **lo sportello "Extra informa"**, organizzato dal centro culturale Dar al Hikma, che si impegnava a fornire informazioni e orientamento per quanto concerne la ricerca di un lavoro: a questo servizio si rivolgevano persone in cerca d'impiego e, dunque, non era raro accogliere richieste anche rispetto all'avvio di attività autonome. Si tratta, in entrambi i casi, di tentativi embrionali di approcciare il tema e di rispondere ad un bisogno intercettato all'interno della comunità, esperienze che potrebbero fungere da leva per un consolidamento di tali servizi o una loro espansione.

L'accompagnamento informale

Tra le varie realtà incontrate ed indagate nel corso del presente studio, ciò che appare particolarmente interessante è la presenza di molteplici **forme di supporto all'attività imprenditoriale dei connazionali prestate dalle associazioni in maniera non formale**, come dichiara il Presidente dell'Associazione Le Flambeau.

"Parlare di servizi strutturati è una parola grossa. E' meglio parlare di attività di gestione di singoli casi" (Le Flambeau)

L'associazione - per sua stessa natura - è un soggetto collettivo tendenzialmente dotato dei presupposti necessari a facilitare i propri membri nell'accesso alle informazioni, essendo potenzialmente un referente significativo sia per la comunità di appartenenza che per le istituzioni locali, in considerazione della posizione intermedia, di ponte e *trait d'union*, che assume. Essa si identifica come un bacino di raccolta e **canale di diffusione delle informazioni**, complementare alle attività di sportello già presenti sul territorio (come approfondiremo meglio al capitolo 5). Le realtà associative si sono spesso interrogate, anche in dialogo con gli enti locali,

sui motivi per cui i migranti tendenzialmente non frequentino i servizi territoriali. Non si tratta, come si può pensare inizialmente, di un problema linguistico o di comunicazione interculturale: sono altri i fattori di dissuasione, come avremo modo di approfondire al capitolo 5. Tra di essi rileviamo anzitutto un problema di **fiducia e di credibilità**

"Stiamo facendo una riflessione con ASCOM: perché gli immigrati non si rivolgono ai servizi sul territorio? Non si pone il problema linguistico, gli sportelli hanno i mediatori culturali" (Forum Italo-Marocchino)

L'universo dei servizi istituzionali si presenta come difficilmente accessibile al migrante, in quanto **poco strutturato in funzione delle sue esigenze e reso complesso da una serie di procedure** e tappe amministrative scoraggianti. Come vedremo nel capitolo seguente, i servizi appaiono poco preparati ad accompagnare le iniziative d'impresa, soprattutto quelle ancora in fase embrionale, creando un generale sentimento d'insoddisfazione tra gli aspiranti imprenditori migranti.

"Non esiste un servizio strutturato da parte degli enti italiani. Per noi immigrati ci sono più difficoltà e paletti" (Forum Italo-Marocchino)

Esso viene percepito come una realtà che **non ha a cuore davvero gli interessi degli aspiranti imprenditori, che non sa ascoltarli** o che non ne conosce le esigenze, rivelandosi una

"Iscriversi al CNA ha un costo troppo alto, invece di essere davvero vicini agli imprenditori..." (Walima)

L'associazione, quindi, si vorrebbe/potrebbe porre come un'opzione parallela, integrativa e complementare rispetto agli enti e servizi pubblici o privati già esistenti, forte della **prossimità sociale e culturale con il connazionale migrante**

"Le associazioni sono del popolo: sono composte da persone più vicine a te. Bisogna investire su di loro perché non si preferisce andare dall'ente che è lontano" (GMI)

"L'associazione senza fine di lucro è la via meno costosa per l'imprenditore e magari più efficace" (Walima)

L'esperienza pregressa di quelle persone che hanno già vissuto le difficoltà d'adattamento e d'interazione con il Paese d'accoglienza (culturali, amministrative, finanziarie, professionali) è uno strumento essenziale per i nuovi arrivati e l'associazione costituisce un punto di aggregazione comunitaria dal quale è possibile attingere spunti ed indicazioni. Tuttavia, ciò che emerge dalla presente indagine è che **la relazione tra il potenziale imprenditore e l'associazione non è immediata**. Infatti, come ci fa notare il referente del Forum italo-marocchino

"(...) quando un imprenditore cerca consigli, tendenzialmente si rivolge ad un altro imprenditore del suo stesso settore, non a soggetti terzi"

Infatti, secondo il punto di vista delle associazioni l'aspirante imprenditore pare preferisca raccogliere le prime informazioni circa l'avviamento di un'attività commerciale all'interno di una cerchia più ristretta di parenti, amici e conoscenti. Solo in seguito sceglie talvolta di rivolgersi all'associazione, **in cerca di competenze più specifiche nel settore amministrativo o finanziario.**

"Loro le idee ce le hanno dagli altri, l'associazione arriva per ultima, per la compilazione del dossier" (Le Flambeau)

Tuttavia, come vedremo nel capitolo seguente, tale prospettiva non rispecchia esattamente il punto di vista degli imprenditori, i quali dichiarano di non avvalersi dei network relazionali a loro più prossimi preferendo affidarsi a consulenti specializzati. E' interessante notare, a questo proposito, **la discrepanza tra il punto di vista delle associazioni e quello degli imprenditori riguardo al ruolo dell'associazionismo** nella fase iniziale d'avvicinamento del potenziale imprenditore connazionale: le prime inseriscono la causa della scarsa appetibilità del settore associativo in un discorso di legami e reti sociali prossimi all'imprenditore; i secondi, lamentano piuttosto la mancanza di competenze professionali all'interno della realtà associativa.

In ogni caso, stando alle dichiarazioni delle associazioni, sembra essere la **mancanza di una prossimità settoriale** a spiegare - in parte - la scarsa appetibilità del settore associativo, il quale molto spesso non è in grado di fornire competenze specifiche ai potenziali imprenditori migranti. A questo proposito, è utile citare il caso **dell'Associazione d'investitori marocchini**⁸⁸: si trattava di un'idea - poi fallita - elaborata da alcuni imprenditori migranti che intendevano riunirsi in associazione con l'intento di garantire un sostegno reciproco fra i membri, non volendo contare sulle realtà associative già esistenti perché lontane dal tema. E' interessante notare la motivazione che adduce uno degli ideatori del progetto

"agli imprenditori interessa il guadagno, non la vita associativa" (Forum Italo- marocchino)

D'altra parte, dato l'attuale contesto economico, si assiste ad un graduale cambiamento di prospettiva e **all'individualismo si sostituisce la consapevolezza della necessità della creazione di reti**, facendo leva su un capitale che è sociale prima ancora che economico

"gli imprenditori non si aggregano facilmente, non sono molto propensi all'aggregazione, ma ora la situazione socio-economica critica sta generando un cambiamento anche in loro, è più favorita la creazione di reti" (Forum Italo- marocchino).

Di conseguenza, non è raro che l'aspirante imprenditore si presenti all'associazione grazie alla **circolazione di un'informazione che avviene di solito per passaparola.** Egli potrà, allora, beneficiare di uno scambio di conoscenze che si realizza in maniera del tutto implicita e informale: la rete associativa si rivela

⁸⁸ Il progetto poi non è andato a buon fine a causa dell'instabilità intrinseca che caratterizza le attività imprenditoriali: ¾ dei membri non erano più interessati all'idea in quanto trasferitisi in Marocco dove hanno avviato una propria attività.

essergli d'aiuto nel momento in cui si fa **portatrice di esempi positivi di avviamento d'impresa o di collaborazioni proficue con altri servizi ed enti istituzionali**. Il ruolo dell'associazione nel facilitare l'accesso alle informazioni si concretizza, appunto, nello scambio di competenze e conoscenze interne alla rete dei membri, persone- risorsa e altri contatti dell'associazione:

"Ogni tanto capita che qualcuno ci chieda consulenza su come aprire una partita IVA. Le donne soprattutto: talvolta hanno un'idea in testa e vengono a chiedere qualche informazione. Noi tramite la nostra rete cerchiamo di metterle a contatto tra di loro, per chi ha già un'attività in corso. Per facilitare il passaggio delle informazioni e mettere a disposizione l'informazione giusta da parte di chi è già partito con un percorso e può mettere a disposizione quello che sa. Si lavora facendo rete all'interno della comunità (AFIM)."

In altri casi, invece, l'associazione assume il **ruolo di "garante morale"** in favore di quelle realtà imprenditoriali ancora informali e di piccole dimensioni che altrimenti non avrebbero la possibilità di competere sul mercato italiano.

Esemplare è il caso dell'imprenditore A.A., commerciante di miele prodotto nel sud del Marocco: essendo la sua attività ancora di tipo informale (senza partita IVA), egli non ha la possibilità di vendere il prodotto in Italia in maniera diretta, ma rifornisce altri venditori autorizzati. Tuttavia, ci segnala di esser riuscito a trovare comunque delle possibilità di promozione della sua merce all'interno di fiere ed eventi organizzati da un'associazione marocchina, che mette a sua disposizione i propri spazi ed il proprio nome. L'associazione, da questo punto di vista, può dunque fungere da collettore di esperienze, ombrello che accoglie sotto di sé quei soggetti imprenditoriali il cui processo di maturazione è "in progress". Si tratta dunque di un interlocutore che, per via della sua raggiunta credibilità, può fungere da trampolino di lancio per nuovi imprenditori, offrendo loro spazi di visibilità utili a farsi conoscere.

E' interessante sottolineare che in genere **le richieste di aiuto** non provengono da imprenditori attivi in consolidate attività, ma **riguardano quelle persone che si trovano ancora nella fase di start up dell'impresa**, le quali nella maggior parte dei casi hanno già un'idea imprenditoriale, ma non dispongono degli strumenti per realizzarla (soprattutto i mezzi finanziari). Finora alle associazioni si sono rivolti soprattutto **piccoli imprenditori** che hanno manifestato **interesse per i settori più vari, sebbene l'import-export sia una delle attività più diffuse** (molti migranti sono già impegnati in tale attività, sebbene in maniera non formale) poiché si tratta di una specifica nicchia economica che consente loro di valorizzare le specificità di cui sono portatori, in particolare il rapporto con il Paese d'origine

"(...)la maggior parte delle persone che si rivolgono a noi stanno facendo la navetta, portano merci da qui a là e viceversa, ma sempre vogliono mantenere un piede qui" (Le Flambeau)

Tendenzialmente questi soggetti non si rivolgono all'associazione nel suo complesso, ma preferiscono **interloquire direttamente con persone risorsa**

specifiche, che ritengono poter esser particolarmente adatte in ragione del bagaglio di esperienze che portano con loro. Infatti, tra i membri delle associazioni, molto spesso spiccano alcuni figure di origine marocchina considerate "eminenti", che hanno nel corso degli anni ricoperto ruoli di spicco nel dialogo con le istituzioni e hanno assunto posizioni di responsabilità soprattutto nell'ambito di associazioni miste. Si tratta di **figure individuali, legate in particolar modo alla mediazione e all'intervento sociale**, spesso con esperienze di lavoro sociale maturate in Marocco, che hanno cominciato a ottenere visibilità pubblica nel panorama torinese verso la metà degli anni '90⁸⁹.

Nel caso delle associazioni contattate, **questo genere di figura coincide molto spesso con quella del Presidente**, in certi casi l'unico soggetto davvero in possesso del bagaglio relazionale necessario. Ecco come spiega questa situazione proprio uno di questi soggetti

"(...)raramente le persone che vogliono fare impresa si rivolgono ad associazioni come le nostre. Magari girano, girano, poi ad un certo punto vengono da te, ma più perché magari sei anziano, hai esperienza sul territorio e puoi dare dei buoni consigli, sanno che abbiamo collaborato con tanti servizi sul territorio (ASL, scuola, servizi...)" (Le Flambeau)

L'accompagnamento formale

Come già detto, una sola delle associazioni intervistate ha dichiarato di prevedere da Statuto una serie di servizi a sostegno dell'imprenditoria migrante marocchina.

Si tratta del **Forum Italo Marocchino per le relazioni bilaterali**, nato nel marzo 2010 da un gruppo di cittadini marocchini ed italiani, con l'intento di condividere punti di vista, far conoscere opportunità e culture dei propri Paesi, creando occasioni di scambio, conoscenza, incontro ed investimento. Associazione non a scopo di lucro, essa si pone come duplice obiettivo, da un lato l'approfondimento della conoscenza dei due Paesi dal punto di vista sociale, culturale ed economico, dall'altro la possibilità di agire concretamente a favore della comunità marocchina favorendo l'inserimento e il progresso economico del migrante nel tessuto sociale italiano, attraverso attività di sviluppo e di supporto ad iniziative commerciali ed artigianali poste in essere dai migranti stessi.

Dal punto di vista dei servizi economici, il Forum predispone dei servizi sia di **orientamento e accompagnamento all'avvio d'impresa**, sia di **sostegno alle relazioni economico- commerciali con il Marocco**⁹⁰. Occorre però evidenziare come tali servizi si basino essenzialmente su legami privilegiati della Presidente del Forum, Fatima Khallouk, con referenti istituzionali ed esponenti del tessuto sociale

⁸⁹ E. CASTAGNONE, "Imprenditori marocchini nel settore del "food" a Torino", in DE LUCA D. [a cura di], *Il profilo nazionale degli immigrati imprenditori in Italia*, CNEL, 2011, p. 149.

⁹⁰ Il Forum ha rapporti con associazioni in Marocco (nella zona di Khouribga e in zone al sud del Marocco).

marocchino, e non tramite relazioni consolidate di collaborazione tra enti sancite da accordi di collaborazione: è lei che "accompagna" potenziali imprenditori interessati all'investimento in Marocco o comunque è per il suo diretto tramite che vengono definiti contatti e margini di collaborazione con i diversi soggetti locali.

Osserviamo infatti che, anche in questo tipo di associazioni che prevedono attività d'accompagnamento più strutturato, permane il discorso delle relazioni informali, per cui **il ruolo del Presidente si sovrappone a quello dell'associazione:**

"Non è chiaro se le persone che si rivolgono al Forum lo fanno come Forum oppure per i rapporti che hanno con Fatima come traduttrice, come amica ... il suo ruolo si sovrappone molto con quello del Forum"

E' il network relazionale dei soggetti facenti parte dell'Associazione, in particolar modo del Presidente, la prioritaria risorsa che l'Associazione (anche qualora si ponga statutariamente obiettivi di accompagnamento all'impresa) è prioritariamente in grado di mobilitare: è il capitale sociale che tali soggetti hanno costruito nel corso del tempo a scavalco tra Italia e Marocco la principale risorsa che mettono a disposizione dei potenziali imprenditori con cui interloquiscono, laddove per capitale sociale intendiamo, secondo quanto definito da Trigilia sulle base delle teorizzazioni di Coleman

"(...) l'insieme delle relazioni sociali di cui un soggetto individuale o un soggetto collettivo (privato o pubblico) dispone in un determinato momento. Attraverso il capitale di relazioni si alimenta la formazione di risorse cognitive, come le informazioni, o normative, come la fiducia, che permettono agli attori di realizzare obiettivi che non sarebbero altrimenti raggiungibili, o lo sarebbero a costi molto più alti. Spostandosi dal livello individuale a quello aggregato, si potrà poi dire che un determinato contesto territoriale risulta più o meno ricco di capitale sociale a seconda che i soggetti individuali o collettivi che vi risiedono siano coinvolti in reti di relazioni cooperative più o meno diffuse⁹¹"

3.3.2. Limiti attuali e bisogni espressi

Sembra utile riassumere in questa parte quali siano i principali limiti delle associazioni, declinati dal punto di vista dei referenti stessi, e quali le principali potenzialità su cui investire in futuro. Procederemo inizialmente ad una presentazione dei problemi che, a livello generale, caratterizzano il campione di associazioni interpellato, per poi passare ad una più puntuale individuazione dei limiti che indeboliscono la capacità del tessuto associativo locale di intervenire efficacemente a supporto dei connazionali imprenditori. Parallelamente, nel capitolo 5, saranno presentati gli elementi deboli della realtà associativa dal punto di vista degli imprenditori o aspiranti tali.

⁹¹ C. TRIGILIA, *Sviluppo locale. Un progetto per l'Italia*, Bari, Laterza, 2005, p. 30.

In primo luogo, abbiamo rilevato una generale **frammentarietà del tessuto associativo** che, a detta degli interessati, comporta una **scarsa visibilità sul territorio** e una **sovrapposizione degli ambiti d'intervento**.

Le associazioni, infatti, hanno un bacino d'intervento limitato ai propri membri e utenti e non dispongono ad oggi del peso politico necessario per fare pressione anche a livello istituzionale, obiettivo che si sta cercando di perseguire tramite la definizione di "collettivi", forme di coordinamento e di organizzazione tra associazioni. Allo stesso tempo, sebbene la maggior parte delle realtà associative lavori nel settore socio- assistenziale, **la socializzazione dei benefici ed il risparmio delle risorse non paiono essere al momento possibili**, proprio a causa dell'assenza di cooperazione.

Inoltre, le dimensioni ridotte dell'associazione diventano un limite nel momento in cui la **leadership è affidata ad una o poche persone**, senza possibilità di rotazione e dunque di rappresentanza democratica. A volte il Presidente o il Rappresentante Legale si assumono l'onere e l'onore di tutta l'organizzazione e gestione delle attività, **non condividendo una progettualità di lungo periodo con i propri associati**. Si tratta di singole figure, radicate localmente e abituate ad una gestione forte delle attività e delle relazioni, non abituate a cedere potere all'interno di una rete più ampia di soggetti.

In secondo luogo, la debolezza organizzativa e strutturale si traduce nella **difficoltà d'accesso agli aiuti istituzionali**. La maggior parte delle associazioni contattate lamenta uno **stato di precarietà logistica e finanziaria**, la difficoltà nel partecipare a bandi di gara indetti su scala locale, nazionale e più ampiamente europea e dunque una più generale debolezza nell'accedere ad opportunità di finanziamento.

Alcune associazioni, dichiarano di **non avere gli spazi necessari per svolgere le proprie attività**, qualche volta nemmeno una sede. Per ovviare a questo problema, ci sono esempi di realtà che si affidano a spazi pubblici o privati, messi a disposizione dei richiedenti a rotazione. E' il caso, ad esempio, dell'associazione Bab Sahara che si riunisce presso gli spazi della casa del Quartiere di S. Salvario.

Dal punto di vista finanziario, il principale limite è lo status di "associazione senza fine di lucro". La natura stessa dell'associazione non permette di beneficiare di quei finanziamenti dedicati esplicitamente alle imprese. Quindi, per quelle realtà che volessero offrire un servizio di accompagnamento diretto all'avvio d'impresa o che fossero interessate ad avviare un'attività economica loro stesse (import-export, negozi di prodotti tipici), si presenta inevitabilmente il **problema della destinazione del profitto**.

Per quanto concerne lo specifico tema focus della presente indagine, le associazioni lamentano una **mancanza di competenze specifiche in ambito economico**, essendo la maggior parte di loro orientate su altri settori. Di conseguenza, esse non paiono essere ancora in grado di avere in questo campo un ruolo significativo come canale efficace di diffusione dell'informazione e come soggetti d'intermediazione e garanzia:

"Soffriamo della mancanza di formazione in questo campo. Chi vuole investire chiede il business plan, ma non c'è un livello di conoscenze per fare da garanzia agli istituti finanziari" (Sofaræ Assalam – 3/05/2014)

Tuttavia, la causa di tali carenze professionali **non è certo riconducibile ad un disinteresse per l'argomento**, in quanto è evidente a tutti l'urgenza e l'attualità del tema dell'imprenditoria migrante transnazionale, nonché le prospettive di collaborazione in questo campo:

"(...)sebbene siamo molto interessati a proporre progetti, soffriamo di una mancanza di personale competente. Se veniamo coinvolti in qualche progetto, di certo non decliniamo l'invito" (Ass. Islamica Alpi).

"Non abbiamo feeling con associazioni che si occupano di avviamento d'impresa, di solito li mandiamo al MIP perché non siamo preparati come formazione tecnica" (GMI)

Si tratta, piuttosto, di un **problema di ordine economico** che getta l'associazione in un circolo vizioso apparentemente senza uscita: la scarsità di mezzi finanziari non permette alla realtà associativa di dotarsi di personale competente in grado di strutturare dei servizi efficaci di supporto all'imprenditoria e di reperimento di fondi, elemento che a sua volta le preclude la possibilità di offrire questo tipo di servizio ai propri soci/connazionali

"Mancano strutture e piattaforme. Ciò è dovuto ad un fattore economico: la formazione non si fa gratis" (Walima – 3/05/2014)

Inoltre, come abbiamo già evidenziato in precedenza e come evidenzieremo meglio nel capitolo 5, per il momento le associazioni **non paiono essere - agli occhi degli imprenditori - un interlocutore credibile** in materia di promozione economica e sostegno all'imprenditoria, bensì un soggetto cui rivolgersi principalmente per ragioni di tipo culturale, socio-assistenziale o spirituale.

D'altra parte, le associazioni coinvolte nello studio hanno manifestato una buona consapevolezza dei limiti che attualmente indeboliscono il proprio operato, tanto nell'ambito del sostegno all'imprenditoria migrante quanto nei settori d'interesse specifici di ciascuna di esse. Ogni realtà, infatti, non ha avuto difficoltà a rilevare quali siano ad oggi i bisogni a cui l'associazione chiede soddisfazione.

In primis, le associazioni riconoscono il **bisogno di conoscenze e competenze**, necessari per il buon svolgimento delle attività presenti e future. In particolare, esse manifestano la **necessità di un'adeguata formazione**, sia sui temi strettamente connessi alle proprie attività, sia su altri argomenti in vista di nuove attività da sviluppare in avvenire. E' interessante notare che numerose associazioni, non impegnate da statuto nel servizio di supporto ai connazionali imprenditori, hanno reagito in maniera molto positiva alla proposta del percorso formativo *"Fare impresa tra Italia, Marocco e Senegal: i servizi, gli strumenti e le opportunità dell'impresa transnazionale"*, corso previsto dal Progetto IMPRA con l'obiettivo di fornire alle associazioni competenze specifiche nell'ambito dell'imprenditoria transnazionale. L'idea del corso, in linea con il bisogno espresso dai beneficiari, è di formare un numero circoscritto di membri di associazioni, particolarmente sensibili

alla tematica del fare impresa in relazione col Paese d'origine, che possano poi diventare esperti in materia e consulenti per gli altri soci/potenziali imprenditori della propria associazione.

"C'è bisogno di formazione per essere più performanti nell'accompagnamento di potenziali imprenditori interessati ad investire in Marocco, Se vogliamo rafforzarci nel dare consulenze ai possibili imprenditori chiaramente dobbiamo formarci. E comunque in ogni campo: senza la formazione non si può fare nulla. Certo si possono formare alcune persone che poi trasmettono il loro savoir faire ad altri(...)" (Walima)

In secondo luogo, è percepito in maniera molto forte il **bisogno di fondi** per dare sostenibilità alle attività in corso e per un eventuale potenziamento di altri servizi in futuro. Le associazioni intervistate hanno messo fin da subito in evidenza la propria condizione di precarietà finanziaria e logistica, riponendo a volte anche nel Progetto IMPRA la speranza di un miglioramento della propria situazione economica. Tuttavia, come rileva anche il Presidente dell'Associazione Walima, la disponibilità finanziaria, sebbene fondamentale, è spesso ritenuta una necessità secondaria, che segue il bisogno di competenze:

"I fondi è chiaro che sono fondamentali, servono, ma se non ci sono le competenze e conoscenze, sono inutili. Bisogna avere le idee, le competenze e i fondi. Chiaramente se ci sono i fondi ci sono anche strutture adeguate per poter accogliere i beneficiari"

Infine, le associazioni riconoscono con lungimiranza la **necessità di partenariati**, preferibilmente con altre associazioni, proprio per far fronte in maniera collettiva alle difficoltà che accomunano le singole realtà.

Possiamo dunque affermare come il tessuto associativo marocchino intercettato presenti anzitutto delle debolezze intrinseche, che le associazioni stanno cercando di affrontare e colmare tramite un processo di rafforzamento e maturazione progressiva, auto-promosso dalle associazioni ed avallato dal governo marocchino stesso per il tramite del Consolato. Intervenire con sistematicità ed efficacia su tali questioni pone i necessari presupposti per l'avvio di un successivo percorso di specializzazione tematica e di acquisizione di credibilità con riferimento ad altri ambiti di intervento, tra cui quello di sostegno al potenziale imprenditore migrante transazionale.

3.3.3. Potenzialità future

Nonostante le criticità messe in luce finora, **l'associazionismo marocchino in Piemonte sta già tentando di giocare un ruolo, seppur embrionale**, nel processo d'affermazione dell'imprenditoria migrante transazionale in Italia: occorre dunque partire da questi elementi già esistenti per poter innescare un vero processo di rafforzamento. In questa sezione di testo ci sembra utile mettere in

luce quali siano gli aspetti chiave su cui le associazioni potrebbero far ulteriore leva per migliorarsi ed accrescere il proprio potenziale in tale settore.

Abbiamo appena descritto il ruolo della realtà associativa come mezzo di diffusione delle informazioni alternativo o complementare a quello dei servizi già esistenti sul territorio. L'associazione, con il suo bacino di utenti più o meno stabili, i suoi network relazionali e con le competenze comunicative e organizzative di cui già dispone (capacità d'organizzazione d'eventi, d'incontri e altre attività pubbliche), potrebbe spendersi nella fase di **sensibilizzazione della società civile** sui temi dell'imprenditoria transnazionale, migrante e non, in particolare favorendo:

- la diffusione di informazioni
- l'orientamento degli imprenditori (o potenziali tali) a servizi territoriali mirati
- la visibilità e la promozione delle attività imprenditoriali dei propri membri e/o connazionali
- la messa in rete tra soggetti diversi, imprenditori e servizi, anche tramite la stipula di accordi e convenzioni con specifici servizi

Le associazioni sono dunque consapevoli delle attuali tendenze, e si interrogano su **quali possano essere le modalità migliori per gestirle ed approcciarle proficuamente.** Come abbiamo visto, sempre più imprese promosse da cittadini stranieri stabiliscono legami con i Paesi d'origine, aprendo nuove prospettive e opportunità di collaborazione fra Stati, relazioni in cui le associazioni possono giocare un ruolo importante.

Nel quotidiano delle attività, infatti, esse si trovano spesso a confrontarsi con l'evidenza che l'impresa transnazionale stia diventando ormai un "affare" che riguarda tanto il migrante che vuole aprire un'attività in Italia o nel proprio Paese d'origine, quanto l'italiano che intravede nel Marocco un Paese in forte crescita sul quale investire:

"Il problema dell'imprenditore non è il problema dell'immigrato. Vale anche per gli italiani" (Forum italo-marocchino)

Di fronte alla carenza di politiche del Governo italiano per l'imprenditoria, ed alle sempre più significative opportunità di investimento promosse dal governo marocchino, sono sempre più frequenti i casi d'imprenditori italiani che lasciano l'Italia per trasferirsi o aprire agenzie e filiali in Marocco, affidandosi alle conoscenze e ai contatti di loro conoscenti marocchini.

"Faccio consulenza per aziende che si trasferiscono o aprono agenzie, filiali in Marocco. Questo a partire dall'esperienza che ho accumulato qua: colui che qui faceva l'operaio diventa socio in Marocco del suo ex-datore di lavoro" (Forum italo-marocchino)

L'associazionismo marocchino in Piemonte, a causa della serie di limiti precedentemente descritti, pare ancora piuttosto debole nell'accompagnamento dei connazionali (o di altri potenziali imprenditori) che vorrebbero avviare delle attività economiche. Tuttavia, è necessario tener presente che la maggior parte delle realtà associative interpellate **è piuttosto consapevole delle proprie carenze in tale settore, così come delle interessanti opportunità di intervento che questo**

campo potrebbe aprire loro, ed in virtù di ciò sta cercando di elaborare delle soluzioni, come evidenzieremo meglio più avanti parlando della costituzione della rete Ca.MRE.TO.

Come guadagnare le competenze specifiche nel settore economico – finanziario e la credibilità necessaria all'associazione per diventare un punto di riferimento appetibile per l'aspirante imprenditore? Quale tipo di servizio di sostegno organizzare (per aprire attività in Italia o in Marocco)? Come strutturarlo? E' possibile per un'associazione senza fini di lucro dedicarsi ad attività generatrici di profitto? Come poter riuscire a valorizzare il proprio network relazionale "transazionale" appoggiando le attività di potenziali imprenditori a scavalco tra Italia e Marocco?

In generale, i punti di forza su cui un'associazione potrebbe investire sono molteplici e richiedono interventi più o meno impegnativi ed onerosi. E' evidente che una realtà associativa che abbia particolarmente a cuore il processo di sviluppo imprenditoriale transnazionale, cercherà di cogliere attivamente le opportunità proposte localmente, **strutturando dei servizi specifici d'accompagnamento dell'imprenditore** oppure **promuovendo essa stessa delle attività economiche**. Il progetto entro cui si colloca il presente studio intende proprio muoversi in tale direzione: a partire dalla mappatura dei limiti e potenzialità qui esposte si propongono infatti occasioni di formazione e di *capacity building* agli enti interessati.

Tornando al panorama associativo intercettato e facendo riferimento ai limiti evidenziati in precedenza (la frammentarietà del tessuto associativo, la scarsa visibilità sul territorio e la sovrapposizione degli ambiti d'intervento) notiamo come questi siano effettivamente questione già al centro di alcune riflessioni delle associazioni, mirate alla **creazione di formule associative di secondo livello**.

Costituito (in maniera informale) a inizio 2014, il Coordinamento delle Associazioni di Marocchini residenti a Torino si propone come uno strumento di coordinamento, di lavoro concreto e potenzialmente più efficace rispetto alle singole realtà che lo compongono. Formato in fase iniziale da nove associazioni specializzate in vari ambiti, **la rete è costantemente alla ricerca di nuovi potenziali membri**, per rafforzarsi e migliorarsi. L'obiettivo è quello di riunire le numerose istanze sotto **un'unica voce coesa e quindi più incisiva**, al fine di ovviare alla debolezza partecipativa, trovando la **capacità di incidere nel tessuto sociale, di fare lobbying e di operare congiuntamente** nei confronti delle istituzioni avviando a soluzione problemi di interesse generale

"(...) l'obiettivo è di poter parlare a nome di un numero più grosso di marocchini su Torino" (Forum italo-marocchino)

"è arrivato il momento di non esser usati nei progetti, ma di crearli" (Le Flambeau)

Come sottolinea uno dei promotori, **"il progetto del collettivo è una sfida"** (Fatima Khallouk – 3/05/2014), perché cerca di conciliare le specificità di ogni singola realtà con l'ambizione della coesione collettiva. Stando alle intenzioni dei

fattori della rete, **ogni associazione dovrebbe conservare la propria peculiarità** in termini di settore o modalità d'azione (questione femminile, educazione scolastica, accompagnamento spirituale ...). L'obiettivo idealmente perseguito dalla rete consiste nell'individuare per ogni associazione uno specifico ambito di intervento, al fine di evitare sovrapposizione d'interventi, mettendo a disposizione del collettivo le esperienze e i suggerimenti accumulati nel tempo:

"Dobbiamo lavorare tutti in parallelo. Se vogliamo una scuola c'è AFAQ, se vogliamo un'altra cosa c'è UFIM" (Le Flambeau)

"Nessuno può fare il lavoro di tutti" (RMTP)

Allo stesso tempo, però, questo ambizioso obiettivo richiede buone capacità di cooperazione e coordinamento, che consentano di presentare in pubblico la rete come **un'entità unica di riferimento, pur preservando le singole specificità dei soggetti che la compongono:**

"Le associazioni rimangono come sono, ma dobbiamo dare l'informazione giusta, la stessa tra tutti i membri" (RMTP)

Per quanto riguarda, invece, la questione relativa alle difficoltà economiche, occorre riconoscere alle associazioni la forte capacità – già ad esse connaturata - di **mobilitare il capitale umano e sociale a loro disposizione**, nonostante la condizione d'insufficienza di mezzi finanziari. Il **lavoro volontario dei soci è la risorsa principale** e la forza che permette a molte associazioni di sopravvivere. Esse cercano di ottimizzare ed implementare efficacemente le competenze interne alla cerchia dei propri membri, con **l'obiettivo di garantire un servizio di qualità** ai propri utenti

"Ci sono associazioni ben preparate, con consulenti legali. Facciamo quello che possiamo fare, anche un po' di volontariato. Cerchiamo sempre di esser aggiornati sulle leggi" (UFIM)

Ed è proprio da questo che occorre partire: quale ruolo possono giocare le "persone risorsa" aventi specifiche competenze e già facenti parte della rete associativa? Come promuovere ed utilizzare proficuamente queste risorse mettendole a sistema? Come rafforzarle? Il percorso formativo promosso all'interno del progetto, cornice del presente studio, intende proprio fare leva su tali soggetti, già in possesso di conoscenze in materia di imprenditoria e quindi più credibili di altri soggetti nel fornire informazioni a propri colleghi imprenditori.

Con un occhio rivolto al futuro, la maggior parte delle associazioni poi si trova d'accordo su un punto in particolare: **l'avvenire dell'associazionismo e dell'imprenditoria** della comunità marocchina in Italia potrà esser affidato con coraggio **alle seconde generazioni**. Anche dal presente studio rileviamo infatti come siano proprio alcune delle associazioni composte da soggetti più giovani quelle che paiono essere più motivate ad approcciare il tema dell'imprenditoria migrante transnazionale: i giovani nati in Italia e d'origine marocchina hanno già cominciato a formarsi ed acquisire competenze nel settore economico-finanziario. Inoltre, essendo cresciuti sul territorio, possono testimoniare una certa **familiarità nei confronti dei servizi** e degli enti locali

"Le seconde generazioni conoscono gli enti, quindi li frequentano direttamente" (GMI)

Non più angosciati dalla necessità di rinnovare i documenti di soggiorno, **i giovani si approcceranno con maggiore consapevolezza al progetto imprenditoriale**, diventando loro stessi i prossimi imprenditori transnazionali o coloro che accompagneranno i connazionali all'avviamento d'impresa

"Non dimentichiamo i ragazzi che sono nati qua: cambieranno la tendenza di quelli che aprono la partita IVA per il permesso di soggiorno" (GMI)

Tuttavia, le potenzialità delle nuove generazioni saranno libere d'emergere soltanto se gli storici rappresentanti dell'associazionismo marocchino avvieranno un processo di progressiva delega **delle proprie responsabilità** favorendo quel "passaggio di consegne" che pare essere tanto complesso in ogni territorio, tempo e settore

"Dobbiamo lasciare la porta aperta a questi ragazzi. Non è giusto che sia sempre io nell'associazione da dieci anni. Dicono che l'unione fa la forza. Dobbiamo capirlo noi: c'è una generazione che ha voglia di lavorare" (Le Flambeau)

3.4. Buone pratiche di sostegno all'imprenditoria nelle associazioni analizzate

Alla luce delle riflessioni fatte finora, tra le associazioni intercettate risulta difficile individuare delle esperienze significative di sostegno all'imprenditoria migrante. Come già anticipato, **solo un'associazione tra quelle considerate offre una prestazione formale e strutturata d'accompagnamento** dei connazionali per l'avviamento e la gestione di un'impresa transnazionale: si tratta del Forum Italo – Marocchino per le relazioni bilaterali. Questa parte sarà dedicata ad una **presentazione più approfondita del Forum**, in quanto caso esemplare d'associazione di migranti al servizio dei propri connazionali aspiranti imprenditori.

Coerentemente con i primi risultati emersi dalla ricerca, i criteri utilizzati per l'individuazione della buona pratica sono i seguenti:

- Presenza di un **servizio formale/strutturato**;
- Presenza di **personale specializzato/competente** in materia;
- **Relazioni con altri enti** pubblici/privati attivi nel settore;
- Sostegno alle attività a **carattere transnazionale**.

Nome associazione	Forum Italo – marocchino per le relazioni bilaterali
Settore attività	L'associazione nasce nel marzo 2010 da un gruppo di cittadini marocchini ed italiani, con l'intenzione di costituire un ponte di amicizia, di interscambio culturale, economico e sociale tra l'Italia ed il Marocco. Associazione non a scopo di lucro, si pone come duplice obiettivo, da un lato l'approfondimento della conoscenza dei due Paesi dal punto di vista sociale, culturale ed economico; dall'altro la possibilità di agire concretamente a favore della comunità marocchina favorendone l'inserimento nel tessuto sociale italiano, attraverso attività di sviluppo e di supporto ad iniziative commerciali ed artigianali poste in essere dai migranti stessi .
Target raggiunto	Ad oggi i beneficiari dei servizi del Forum sono soprattutto cittadini italiani e marocchini (recentemente anche egiziani), ma l'obiettivo è d'ampliare il bacino d'utenza includendo migranti provenienti anche da altri Paesi dell'Africa, essendo il Marocco <i>"una porta dell'Europa sul continente africano"</i> (Fatima – 3/05/2014).
Fattori chiave del successo	<u>Presenza di un servizio strutturato</u> Il Forum è, al 2014, impegnato in un progetto, in collaborazione con l'Istituto Paralleli e con Ascom, volto ad offrire un sostegno agli imprenditori d'origine marocchina, particolarmente sofferenti a causa della crisi economica. L'associazione propone un servizio di sportello, efficiente e competente, in grado di fornire consulenze legali e commerciali, strumenti e conoscenze generali agli imprenditori o

	<p>aspiranti tali.</p> <p>Inoltre, il progetto vuole fornire un servizio specifico a vantaggio dei sempre più numerosi imprenditori marocchini interessati ad ottenere la certificazione di qualità ISO.</p> <p>Tra le prestazioni proposte:</p> <ul style="list-style-type: none"> - consulenza per imprenditori marocchini che vogliono avviare o gestiscono già un'impresa in Italia; - consulenza per imprenditori che vogliono investire in Marocco (sia italiani che marocchini interessati a rientrare in Marocco); - accompagnamento degli imprenditori sul territorio marocchino (presso gli uffici della Provincia, della Camera di Commercio ...) <p><u>Presenza di personale competente</u></p> <p>Nell'esercizio delle proprie attività, il Forum si avvale della collaborazione di consulenti, selezionati tra i membri e i simpatizzanti dell'associazione, specializzati in campi differenti. Attualmente collaborano col Forum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - un commercialista - un analista del territorio - un avvocato: specializzato nel diritto di società (anche consigliere giuridico del Consolato) - una persona risorsa: canale di conoscenze e contatti pubblici/privati in Italia e Marocco (Fatima Khallouk - Presidente del Forum) <p><u>Relazioni stabilite con altri enti pubblici/privati attivi nel settore</u></p> <p>Il Forum è una delle associazioni referenti del Ministero dell'Interno italiano e in Piemonte può vantare diverse collaborazioni con attori pubblici e privati attivi nei settori di proprio interesse.</p> <p>In particolare, l'associazione collabora con enti privati a servizio di imprenditori, commercianti e più in generale della componente immigrata della popolazione (ASCOM, ANOLF) e con un'associazione sensibile al tema dell'economia e dello sviluppo nell'area mediterranea (Istituto Paralleli).</p> <p>Inoltre, il Forum si sta impegnando in prima persona nella creazione del Coordinamento delle Associazioni di Marocchini Residenti all'Estero nella provincia di Torino (Ca.MRE.TO), di cui il Console marocchino a Torino è promotore.</p> <p>In passato, l'associazione è stata coinvolta, nella figura del suo Presidente, nei seguenti progetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - il servizio Dedalo (promosso dalla CNA Torino) - Il progetto MIDEF (con ANOLF Piemonte, il Consorzio Euroqualità)
--	--

	<p>D'altra parte, il dialogo con la realtà associativa ed istituzionale marocchina è sempre attivo. In Marocco il Forum ha creato partenariati con due Comuni nel Sud del Paese e con delle associazioni nella regione di Khourigba. Recentemente il Presidente ha avuto un incontro con i responsabili della zona franca di Tangeri, nel nord del Marocco.</p> <p><u>Sostegno alle attività a carattere transnazionale</u></p> <p>Tra le varie attività di sostegno all'imprenditoria migrante, il Forum eroga consulenze specifiche per quelle imprese che vogliono investire in Marocco (supportando anche eventuali percorsi di rientro di migranti). In particolare, il Forum (nella figura del Presidente) s'incarica di accompagnare gli aspiranti imprenditori direttamente sul territorio marocchino per facilitarne le relazioni con gli enti locali (uffici della Provincia, Camera di Commercio). Tale passaggio si è reso necessario nel momento in cui ci si è accorti che gli omologhi servizi d'accompagnamento marocchini in realtà non forniscono un vero supporto ai propri connazionali, presentandosi piuttosto come "soggetti di facciata".</p> <p>In futuro, il Forum vorrebbe estendere il servizio di supporto ai connazionali anche in altri ambiti, soprattutto in tema di cooperazione ed internazionalizzazione d'impresa, a scavalco tra Paesi diversi. Pertanto, l'associazione sta maturando accordi con il Marocco e l'Italia, al fine d'organizzare progetti che propongano corsi di formazione professionale in quegli ambiti.</p>
--	---

3.5. Il rapporto tra associazionismo, transnazionalità e cooperazione internazionale: considerazioni

In conclusione, gli elementi di criticità evidenziati finora rendono ancora prematuro parlare di attività realmente transnazionale a proposito dell'associazionismo marocchino in Piemonte, e soprattutto appare prematuro poter pensare ad un reale coinvolgimento delle associazioni intercettate in progetti di cooperazione internazionale.

Ragionando sul trasferimento di capitali finanziari, ma anche umani e sociali, tra la sponda nord e sud del mediterraneo, abbiamo dunque, qui di seguito, tentato di riassumere le caratteristiche del campione:

- **La maggior parte delle associazioni** (7 soggetti) **dichiara di non aver alcuna relazione col Marocco**, mentre solo due realtà (di cui soltanto una effettivamente strutturata in forma associativa con la presenza di più membri/soci e non di una singola persona risorsa riferimento per tutto) dispongono di un servizio formale d'accompagnamento all'avvio d'impresa nel Paese d'origine: tramite consulenze individuali, esse si occupano di facilitare le relazioni ed orientare ai servizi *in loco* i potenziali imprenditori, oltre che dare un contributo concreto al disbrigo delle pratiche burocratiche. Altre due

organizzazioni stanno muovendo i primi passi sulla strada dell'imprenditoria transnazionale migrante, l'una strutturando un tentativo d'importazione di prodotti artigianali, l'altra di facilitazione di pratiche per l'esportazione. In linea di massima, comunque, **tutte focalizzano la loro attività a livello principalmente locale e comunque, per il momento, in Italia.**

- Per quanto riguarda i rapporti col Paese d'origine di quelle associazioni impegnate prevalentemente nel settore socio-assistenziale, due casi sono stati coinvolti in qualità di partner all'interno di **progetti di cooperazione internazionale** finanziati a livello europeo, mentre quasi tutte s'impegnano ad **inviare fondi o donazioni** ad associazioni o persone-risorsa locali. Per quanto concerne il coinvolgimento di alcune associazioni all'interno di progetti di cooperazione internazionale occorre evidenziare come la loro mobilitazione si sia principalmente tradotta nel coinvolgimento di alcuni loro membri, "persone risorsa" particolarmente attive al loro interno, o nella partecipazione, in qualità di beneficiaria indiretta delle attività, della comunità di marocchini residenti all'estero. Citiamo, a tal riguardo, il progetto MIDEF – Migrazione e Sviluppo: donne in movimento a Khouribga", conclusosi nel 2011 e finalizzato alla promozione del lavoro femminile nella regione del Khouribga (Marocco) attraverso un programma di formazione all'autoimprenditorialità, progetto che ha previsto peraltro anche la valorizzazione dei legami tra i due territori coinvolgendo l'Associazione AMECE e l'allora neonato Forum Italo Marocchino per le relazioni bilaterali.
- Infine, solo tre realtà dichiarano di avere dei rapporti **ufficiali con autorità marocchine** sebbene emerga una volontà del governo marocchino di promuovere l'azione economica, sociale, culturale ed educativa a favore della comunità marocchina all'estero, contribuendo alla salvaguardia degli interessi materiali e immateriali e incoraggiando la vita associativa⁹².

Nonostante questo attivismo ancora debole notiamo comunque come molte delle associazioni interpellate **dimostrino interesse, prospettive di intervento in questo settore**, e si stiano attivando in tal senso. Molti degli interpellati hanno colto l'importanza di strutturare relazioni di partenariato solide, non soltanto su scala locale, ma transnazionale, al fine di poter massimamente valorizzare i propri legami "qua" e "là". A tal proposito alcuni rappresentanti della rete Ca.MRE.TO sono stati già coinvolti in Marocco per la partecipazione ad eventi di incontro, scambio e lavoro congiunto tra le reti di "Marocchini residenti all'estero" dislocate nei diversi Paesi europei, sulle quali il governo marocchino intende investire promuovendone rafforzamento, protagonismo ed interazione.

Gli scambi con la Regione di Rhône Alpes che il progetto IMPRA (entro il quale tale studio si pone) ha consentito di avviare si pongono nella stessa direzione ed hanno

⁹² Tra gli altri obiettivi, il Ministero incaricato della Comunità marocchina residente all'estero si occupa di:

- Monitorare i movimenti migratori dei connazionali;
- Partecipare alla stipulazione di accordi bi nazionali e internazionali;
- Rappresentare il Governo presso riunioni e conferenze internazionali e regionali;
- Assicurare le migliori condizioni di reinserimento in Marocco degli emigrati al loro rientro definitivo.

stimolato nelle differenti reti la volontà di strutturare degli accordi più definiti, di collaborazione e scambio, proprio nell'ottica di un rafforzamento reciproco, anche su scala transnazionale.

Bibliografia

AMBROSINI M., 2005 *"Scelte solidali. L'impegno per gli altri in tempi di soggettivismo"* Il Mulino, Bologna.

BORRI S., 2002 "Le reti associative dei cittadini marocchini residenti in Lombardia", in *Il migrante marocchino come agente di sviluppo e di innovazione nelle comunità di origine*, Exodus ed., Milano: 321- 339.

CAPELLO C., 2008 *"Le prigionie invisibili. Etnografia multisituata della migrazione marocchina"*, Franco Angeli, Milano.

CARCHEDI F., 2000 *"Le associazioni degli immigrati"*, in PUGLIESE E. [a cura di], *Rapporto immigrazione. Lavoro, sindacato, società*, Ediesse, Roma.

CASTAGNONE E., 2011 *"Imprenditori marocchini nel settore del "food" a Torino"*, in DE LUCA D. [a cura di], *Il profilo nazionale degli immigrati imprenditori in Italia*, CNEL : 137-158.

FONDAZIONE CORAZZIN, 2001 [a cura di] *"Le associazioni dei cittadini stranieri in Italia"*, CNEL, Roma.

PERSICHETTI A., 2003 *"Tra Marocco e Italia: solidarietà agnatica ed emigrazione"*, Cisu, Roma.

RECCHI E., 2006 *"La membership e la leadership"* in RECCHI E. [ed.], *L'arcobaleno della partecipazione. Immigrati e associazionismo in Toscana*, CESVOT, Firenze (coll. "I Quaderni"): 33-45.

SCHMIDT DI FRIEDBERG O., 2002 *"Du local au transnational. Les réseaux économiques et les activités d'entreprise des Marocains à Milan et à Turin"*, in CESARI J., *La Méditerranée des réseaux. Marchands, entrepreneurs et migrants entre l'Europe et le Maghreb*, Maisonneuve et Larose, Paris.

4. Ruolo delle associazioni di migranti senegalesi nel sostegno all'imprenditoria

A cura di Simona Guida, CISV

4.1. La metodologia adottata

Sulle associazioni di migranti senegalesi in Italia ed in particolare nella Provincia di Torino sono stati realizzati negli ultimi dieci anni numerosi e validi studi, in particolare a cura di CESPI, dai ricercatori Eleonora Castagnone⁹³, Sebastiano Ceschi⁹⁴, Anna Ferro⁹⁵, Petra Mezzetti⁹⁶ e Andrea Stocchiero⁹⁷ nell'ambito del programma Fondazioni4Africa⁹⁸ e di altre ricerche, anche di valenza europea.

Questo studio, si pone dunque in continuità con i risultati delle analisi condotte negli ultimi anni, in particolare sull'importanza e la valenza del **capitale sociale associativo nell'imprenditorialità migrante, con caratteristica transazionale.**

La domanda di partenza della presente analisi è: qual è **l'attuale ruolo** e la **futura vision** delle associazioni di migranti di origine senegalese nello **start up e nello sviluppo delle imprese a carattere transazionale?**

La ONG CISV si è avvalsa del prezioso contributo, giocato nel ruolo di protagonisti in qualità di partner strategici, **dell'Associazione dei Senegalesi a Torino** preparando e organizzando un workshop utile a raccogliere e ad analizzare le raccomandazioni degli imprenditori attivi nell'associazione e dei dirigenti delle associazioni stesse interessate o già sperimentate sul tema. Sono state utilizzate le tecniche comunemente utilizzate dalla ONG CISV anche nei workshop realizzati in Senegal ovvero l'intervento libero dei partecipanti dopo l'esposizione frontale del tema, un brainstorming e la condivisione delle conclusioni comuni.

4.2. La comunità senegalese nella Provincia di Torino

La migrazione e la comunità

L'attenzione delle istituzioni, dei centri di ricerca e delle organizzazioni a finalità filantropiche, alla continua evoluzione della presenza senegalese nel territorio piemontese ed in particolare della provincia di Torino, è giustificata dalla forte capacità di **interazione** della **comunità** senegalese con il territorio a tutti i livelli, politico, culturale, sociale, lavorativo e produttivo.

⁹³ Castagnone E., Migranti per il co-sviluppo tra Italia e Senegal. Il caso dei Senegalesi a Torino e Provincia, 2006

⁹⁴ Ceschi S., Prodotti alimentari dal Senegal. Indagini di mercato e di fattibilità per la creazione di un canale commerciale della diaspora senegalese, 2011

⁹⁵ Ferro A., Involving the Diaspora through Co-participative Programs

⁹⁶ Mezzetti P., Associazioni di migranti senegalesi: nuovi attori per lo sviluppo, 2009

⁹⁷ Stocchiero A., Il Capitale Sociale transazionale dei migranti senegalesi è un vettore di co-sviluppo?

⁹⁸ www.fondazioni4africa.it

La presenza senegalese nella provincia di Torino, si manifesta in maniera meno sporadica verso la fine degli anni '80, ovvero negli anni immediatamente successivi alla seconda grande siccità del secolo scorso in Africa Sub-Sahariana (1984), causa scatenante di un'importante carestia che ha colpito in Senegal maggiormente le zone rurali, in particolare quelle a vocazione arachidiera, filiera di iniziativa coloniale destabilizzata dall'aggiustamento strutturale.

Da sempre, il sistema produttivo del settore primario senegalese si basa principalmente sul modello dell'agricoltura familiare (*exploitations familiales*)⁹⁹, in risposta alla crisi (allo shock della carestia), molte famiglie hanno scelto di **diversificare**¹⁰⁰ **la fonte di reddito optando per la migrazione**¹⁰¹ di uno dei familiari, (soprattutto giovani uomini). Si tratta dunque, in primis, di una **scelta** (fatta per stabilizzare il reddito e i consumi, per incrementare le opportunità di accesso agli *assets*, aumentare le entrate, diminuire o cercare di gestire i fattori di rischio, migliorare la resilienza) **familiare che viene assunta dalla comunità**, inizialmente tramite legami religiosi, in particolare della confraternita Mourid per poi evolvere, negli anni, sulla base di **legami strettamente familiari, territoriali o economico-produttivi**.

Oggi, sono circa 1.600 i cittadini di origine senegalese formalmente residenti nella Provincia di Torino, la maggior parte ha un permesso di soggiorno in corso di validità, in molti casi (circa 400) hanno potuto acquisire la cittadinanza italiana. Si stima che la presenza informale degli abitanti di origine senegalese sia almeno il doppio di quella formale.

Le imprese a "leggero" carattere transnazionale, ideate durante l'esperienza migratoria

Tra i cittadini residenti, si calcolano circa 640 lavoratori autonomi, gestori e proprietari (in genere) di piccole attività economiche caratterizzate nel 90% dei casi da un elemento di transnazionalità intesa non nella sua definizione ortodossa (come ad esempio dall'UNCTAD per cui un'impresa è transnazionale solo se compie investimenti diretti all'estero, se controlla almeno il 10% di un'altra filiale all'estero), ma piuttosto nella **necessità di materie prime da trasformare, reperibili nel Paese di origine**, come, ad esempio, alcuni alimenti utilizzati nella cucina delle rosticcerie senegalesi, parrucche per i saloni di bellezza, ecc... Anche a "leggero" carattere transnazionale sono le piccole imprese in Senegal che commercializzano parte del prodotto in Italia (agribusiness, settore dolciario e terziario). Non si tratta dunque di imprese etniche, ma di imprenditori che hanno una doppia partita IVA, che operano su due regimi fiscali e burocrazie diverse, con tutte le difficoltà del caso.

⁹⁹ FONGS, Comment les Exploitations Familiales peuvent-elles nourrir le Sénégal ? Évaluation de la portée stratégique de la problématique de la productivité des exploitations familiales, Etapes 2010 et 2013

¹⁰⁰ F. Ellis, Rural Livelihood diversity in developing countries: evidence and policy implications, 2000 e Altri Autori su Rural Livelihood

¹⁰¹ Thomas Piketty, Le capital au XXI^e siècle, 2014

La necessità associativa della diaspora senegalese

Il movimento associativo in Senegal ha origine con l'indipendenza e si rafforza durante l'aggiustamento strutturale¹⁰², ovvero quando lo stato alleggerisce la sua presenza, in ottica liberalista, per favorire l'economia informale ed interrompere quasi tutte le erogazioni dei servizi. Per gli abitanti dei villaggi, delle zone urbane e peri-urbane, è stato fondamentale associarsi, **aggregarsi attorno a centri di interesse comune** come i fattori produttivi, l'organizzazione del lavoro, l'accesso al credito (Organizzazioni Contadine e Cooperative per il risparmio e il credito), l'organizzazione delle cerimonie e di altri eventi tradizionali (le Dahira e altre forme aggregative), la cura (associazioni di guaritori tradizionali), la gestione del territorio (associazioni di villaggio), ecc..

In maniera molto simile, sia per "educazione associativa" che per stessa **necessità, la diaspora senegalese promuove associazionismo nei territori di residenza**. In Italia infatti si contano più di un centinaio di associazioni più o meno formalmente organizzate, i cui **centri di interesse dei soci sono servizi da erogare o finalità progettuali da realizzare in Senegal** (es: Associazione dei migranti di Mpal) **oppure in Italia** (es: Associazione dei Senegalesi a Torino, Federazione delle Associazioni Senegalesi del Nord Italia) o ancora **nel mondo** (Associazione dei Fulbé).

L'Associazione dei Senegalesi a Torino

L'Associazione dei Senegalesi a Torino (AST) nasce nel 1982, la sua *mission* è quella di contribuire al miglioramento delle condizioni di vita dei senegalesi residenti nella Provincia di Torino e allo sviluppo socio-economico del Senegal.

Le **finalità** sono principalmente due:

- 1) Garantire alla comunità senegalese della Provincia di Torino un ambiente socioculturale adeguato alle sue aspettative ed esigenze
- 2) Favorire l'accesso al mondo del lavoro e lo sviluppo dell'imprenditorialità presso la comunità senegalese, sia in Italia che in Senegal.

L'AST¹⁰³, associazione di secondo livello, raggruppa e rappresenta molte delle associazioni (più piccole in termini numerici oppure riferite al villaggio di origine e quindi internazionali) presenti nel territorio di Torino e Provincia, come ad esempio: l'associazione amici senegalesi di Torino, l'associazione delle donne senegalesi unite di Torino - ADSUT, associazione massalikou jinan, association des ressortissants de Yoff, association des jeunes immigrés Darou Mousty en Italie - AJEDI, associazione Ndiang Bambodji, Thilogne Association Développement - FAD, associazione Lewru alla fayore, associazione Ndiambour Self Help - NSH, associazione Fulbé d'Italia - AFI, associazione culturale e sociale Italo-senegalese - ACSIS, associazione Nieme Cisse (Carmagnola), associazione Jappo (Racconigi, Carmagnola e Caramagna), association des ressortissants de Mpal, associazione Gandiol Gandiol della diaspora, associazione dahira moustarchidina wal moustarchidati, associazione Bendula (Casamance), associazione TribalTown (Nichelino).

¹⁰² Enrico Luzzati e Altri Autori Organisation Paysannes et développement local, leçons à partir du cas du Delta du fleuve Sénégal, 2009

¹⁰³ www.ast-torino.org

AST è inoltre l'antenna torinese del coordinamento dei senegalesi in Piemonte (che è attualmente presieduto dall'Associazione di Bra, Alba, Roero e Langhe - ASBARL), della FASI federazione associazione senegalesi in Italia e dalla FASNI federazione associazioni senegalesi del nord Italia.

L'organizzazione ha un ruolo centrale nella vita associativa dell'AST, Il direttivo esegue il mandato che l'Assemblea gli conferisce ogni quattro anni e coordina le attività che si articolano in: **attività a finalità sociale** - assistenza al rimpatrio delle salme e ai familiari in Senegal, attivazione di contatti con gli uffici amministrativi, accordo con l'agenzia di pompe funebri; assistenza amministrativa per il rilascio dei passaporti, permessi di soggiorno, ecc. in collaborazione con il Consolato di Milano e il Consolato Onorario di Torino; promozione del volontariato - **attività culturali e sportive** - organizzazione e partecipazione ad eventi e manifestazioni culturali (folklore, cibo, tradizioni, interculturalità e cittadinanza); creazione di spazi di aggregazione; concorsi tematici - poesia e racconti; - organizzazione e partecipazione a eventi sportivi - **attività di educazione e formazione** - organizzazione di corsi di formazione; animazione, sensibilizzazione e informazione nelle scuole sulla realtà senegalese; orientamento verso le strutture e le opportunità formative; orientamento al lavoro - **animazione, sensibilizzazione e informazione nelle scuole sulla realtà senegalese** -attività musicali e animazioni sui temi dello sviluppo, attività di cooperazione internazionale e sviluppo economico - **realizzazione di progetti di cooperazione in Senegal in favore delle donne**, dei giovani e in generale delle persone più svantaggiate e vulnerabili - **facilitazione delle condizioni per lo sviluppo delle imprese** valorizzando l'imprenditorialità di iniziativa senegalese nella comunità residente a Torino.

4.3. I servizi di sostegno all'imprenditoria erogati dall'AST

Obiettivi del sostegno all'imprenditoria, molteplicità di partner e di ruoli dell'AST

Sulla facilitazione delle condizioni per lo sviluppo delle imprese caratterizzate dalla transnazionalità, focus del progetto IMPRA, l'AST collabora con una **molteplicità di attori**, in primis, con **le autorità consolari di Torino e Milano e con il Ministero competente** (*Ministère des Sénégalais de l'Extérieur*) per lo sviluppo di progetti a finalità imprenditoriale da realizzarsi in Italia o in Senegal.

Il *Ministère des Sénégalais de l'Extérieur*, le Ambasciate ed i Consolati hanno consolidato, come prassi, la collaborazione positiva con le associazioni dislocate nei molteplici Paesi di residenza dei migranti sia per le attività sociali e istituzionali, ma anche per le attività economiche. Infatti l'AST è attivamente coinvolta nelle iniziative del *fonds d'appui à l'investissement des sénégalais de l'extérieur* (FAISE) e nel *projet de financement des femmes de la diaspora* che prevede un piccolo fondo di credito a tasso agevolato (circa 2.500 euro) per l'avvio di micro imprese. Per le migranti proponenti di un'idea di impresa residenti a Torino, il *focal point* di riferimento è il Consolato Generale di Milano, che coordina un comitato di iniziativa a cui sono proposti i **progetti di micro impresa**, sono premiate le iniziative di piccoli gruppi di **donne**. **In questi programmi, AST ha il ruolo di promuoverli presso i propri soci, diffondere l'informazione, ma anche quello di garantire**

la partecipazione dei beneficiari ai programmi e alle iniziative per lo sviluppo economico.

Tra le iniziative che hanno avuto più difficoltà, in termini di attese non raggiunte, o scarsamente raggiunte, da parte dei cittadini di origine senegalese in Torino e Provincia, è il programma "Piattaforma d'appoggio al settore privato e alla valorizzazione della diaspora senegalese in Italia – PLASEPRI¹⁰⁴", che ha come finalità quella di stimolare una maggiore partecipazione del settore privato allo sviluppo sostenibile del Senegal.

L'AST collabora inoltre con **PerMicro** come **garante morale dei soci che chiedono un prestito (micro credito) per avviare una piccola attività imprenditoriale**, nella maggior parte dei casi si tratta di un'attività commerciale. Le due organizzazioni hanno siglato un accordo¹⁰⁵ che monitorano con riunioni periodiche e consultazioni puntuali su casi specifici.

Durante la realizzazione del progetto IMPRA, AST ha inoltre ristabilito un contatto permanente con la **CNA di Torino**, i termini dell'accordo sono in elaborazione.

In ultimo, l'associazione dei senegalesi di Torino promuove e valorizza la facilitazione delle condizioni per lo sviluppo delle imprese **valorizzando l'imprenditorialità di iniziativa senegalese presso i propri soci e simpatizzanti**, i settori di maggiore investimento sono: l'insegnamento della danza, della musica (percussioni), la ristorazione, la moda e la sartoria tipica senegalese.

4.4. Risultati del Workshop "Fare impresa tra Italia e Senegal: il ruolo delle associazioni senegalesi"

Hanno partecipato al workshop, realizzato il 30 marzo presso la Casa del Quartiere di Torino, 8 imprenditori e 20 rappresentanti delle associazioni interessate, Associazione dei Senegalesi di Torino, Associazione Fulbé d'Italia AFI, Associazione Bendula, Associazione TribalTown (Nichelino), il Coordinamento dei Senegalesi in Piemonte.

Le principali questioni e problematiche attorno all'imprenditorialità tra Senegal e Italia

- Dove mettere la residenza fiscale? In Italia o in Senegal?
- Logistica e trasporti
- Spese doganali
- Le tasse non corrispondono al valore effettivo della merce importata in Senegal
- Carenza di opportunità di accesso al credito
- Informalità dell'economia senegalese
- Opportunità di accesso al servizio MIP

¹⁰⁴ <http://www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it/utldakar/IT/plasepri/intro.htm>

¹⁰⁵ <http://www.ast-torino.org/convenzioni/> e <http://permicro.it/convenzioni-2/>

Qual è l'attuale ruolo delle associazioni di migranti di origine senegalese nello start up e nello sviluppo delle imprese a carattere transnazionale?

Le risposte sono state di due tipi:

1) Ruolo riconosciuto

- Formazione dei soci che hanno un'idea di impresa
- Aiuto dell'impresa a svilupparsi
- Garante morale per il micro credito
- Clienti dell'azienda
- Mediazione con le autorità consolari
- Aiuto nella promozione e diversificazione della clientela
- Fornisce informazioni per l'Import e l'Export
- Formazione e Informazione

2) Ruolo da strutturare

- La relazione è debole, non strutturata e da rafforzare
- Esistono numerose relazioni personali che non sono conosciute e poco sviluppate

Qual è l'attuale la futura vision delle associazioni di migranti di origine senegalese nello start-up e nello sviluppo delle imprese a carattere transnazionale?

Alle Associazioni, sono state date le seguenti indicazioni, condivise dai partecipanti:

- Promuovere incontri con le imprese italiane e tra le associazioni e gli imprenditori per sviluppare possibili sinergie
- Stimolare la discussione a livello europeo sui limiti allo sviluppo delle imprese transnazionali in Senegal, anche di origine migrante, attraverso incontri specifici per orientare maggiori opportunità per le imprese
- Promuovere il tema, fare *plaidoyer* presso le autorità governative senegalesi
- Diffondere meglio le informazioni sui servizi alle imprese presenti nel territorio torinese
- Porsi come obiettivo quello di incrementare notevolmente il numero di imprenditori senegalesi
- Facilitare tutti i partenariati possibili - in Italia ed in Senegal, pubblici e privati
- Collaborare con le associazioni di categorie, fare *lobbying* con il governo locale

La **vision** sul futuro ruolo delle associazioni di migranti di origine senegalese nello start up e nello sviluppo delle imprese a carattere transnazionale da parte del gruppo di lavoro coordinato dalla AST e dalla CISV è così sintetizzabile: **il tessuto associativo di origine senegalese a Torino e Provincia sostiene l'imprenditorialità transnazionale attraverso la messa a disposizione del capitale sociale, l'ampliamento relazionale ai servizi esistenti e azioni mirate di *lobbying* ed *advocacy* verso le autorità competenti.**

5. Analisi di casi studio di imprenditori marocchini

A cura di Francesca Garbaccio
e con la collaborazione di Francesca Carbone, CICSENE

5.1. La metodologia adottata

Punto di partenza della presente indagine è stata la definizione di una **“domanda cognitiva”** avente come scopo quello di dar conto del coro di voci, di esperienze e di esigenze che si intrecciano sul tema dell’imprenditoria straniera (marocchina nello specifico) di impianto transnazionale, evidenziando le caratteristiche del tessuto imprenditoriale in oggetto, le criticità e le buone pratiche che si intersecano sul territorio provinciale torinese, ponendo un particolare accento sul rapporto intercorrente (o non intercorrente) tra gli imprenditori oggetto di indagine ed il tessuto di servizi e di associazioni etniche localmente attive.

5.1.1. Strumenti di indagine

Per la costruzione della documentazione empirica posta a base della presente indagine ci si è valse principalmente di un modello di **intervista discorsiva guidata, semi-strutturata** (disponibile in appendice), tecnica di ricerca caratterizzata da una successione di domande finalizzate all’approfondimento di specifici temi, per cercare di ottenere, dall’intervistato, risposte precise e coerenti rispetto agli obiettivi dello studio. L’intervistatore segue, nel porre le domande, una sorta di traccia, un canovaccio di quesiti predefiniti, ma suscettibili di variazioni in funzione dell’interazione che viene a strutturarsi tra intervistato e intervistatore. Costui esercita quindi una sorta di controllo sulle possibili divagazioni, riconducendo l’interlocutore al tema oggetto di interesse, ma conservando le informazioni aggiuntive emerse nel corso del dialogo.

Sette le macro-aree focus di approfondimento delle “storie di impresa” individuate:

1. il percorso, l’idea d’impresa
2. la creazione dell’impresa
3. i finanziamenti
4. le relazioni transnazionali
5. la situazione attuale dell’impresa
6. il futuro dell’impresa
7. altre osservazioni

Il modello di intervista ha inoltre previsto, in apertura, una sezione strutturata in forma di **questionario**, che ha consentito di costruire un data-base di informazioni utili per l’elaborazione di riflessioni di natura quantitativo-statistica relative al bacino di imprenditori intervistato.

5.1.2. Costituzione ed interrogazione del campione

Il campione di imprenditori coinvolti nell'indagine è stato costituito tramite:

- una preliminare **analisi desk** effettuata attraverso strumenti informatico/cartacei che hanno consentito di intercettare un ampio numero di soggetti di origine marocchina titolari di impresa, di cui sono state analizzate le caratteristiche per verificare la rispondenza (o meno) ai criteri d'indagine a base dello studio;
- **network relazionali** propri degli enti partner di progetto, dei servizi pubblici e privati interpellati attivi sul territorio, delle associazioni intervistate e a vario titolo coinvolte nell'iniziativa;
- **mediatori e facilitatori culturali** attivi localmente che hanno contribuito all'individuazione di imprenditori qualificabili quali "persone risorsa".

Una prima **fase "esplorativa"** ha consentito l'individuazione di un campione di soggetti, di dimensione più ampia, contattato per avere una panoramica della composizione e delle principali caratteristiche dell'imprenditoria marocchina in provincia di Torino, in particolare nell'ottica di riuscire a selezionare, a partire da questo primo bacino, i soggetti titolari di attività pienamente rispondenti ai requisiti della ricerca, soprattutto con riferimento alla **natura transnazionale dell'impresa**: 66 imprenditori sono stati intercettati, affiancando ai canali di individuazione sopra menzionati anche l'utilizzo della tecnica di **campionamento non probabilistico "a valanga"** (o "a palla di neve"), secondo la quale i primi soggetti del campione hanno permesso di identificarne altri con simili caratteristiche.

A partire da questo "macro-campione" di 66 imprese sono stati poi individuati - attraverso una procedura di **campionamento "a scelta ragionata"** (di tipo non probabilistico), elaborata sulla base delle esigenze progettuali e subordinata ad alcune delle considerazioni progressivamente emerse - **20 soggetti intervistati "in profondità"**, avvalendosi del modello di intervista discorsiva guidata, semi-strutturata sopra menzionato: costoro sono stati interpellati a seguito di un preliminare contatto telefonico teso a verificare la disponibilità dell'interlocutore.

I criteri utilizzati nella costruzione del campione sono stati, al di là della collocazione geografica dell'attività in Provincia di Torino:

- la regolarità dell'attività svolta;
- l'origine marocchina dell'imprenditore;
- la disponibilità dell'imprenditore all'intervista;
- l'esercizio di un'attività avente una qualche componente transnazionale, quindi caratterizzata da legami stabili con il Paese d'origine, da intendersi quale scambio di conoscenze/competenze (transnazionalismo debole) o veri e propri scambi economico/commerciali (transnazionalismo forte), dicotomia che verrà meglio approfondita alla fine del presente capitolo.

Il campione di casi indagati non pretende ovviamente di essere rappresentativo dell'intero target di imprenditori di origine marocchina presenti sul territorio, ma si ritiene si tratti di un campione significativo (sebbene non a fini statistici) per **esaminare ad un livello più "pragmatico"**, tramite testimonianze reali, quali siano le caratteristiche, le risorse, i bisogni e le potenzialità degli imprenditori transnazionali di origine marocchina.

Nella composizione del campione si è inoltre cercato di **privilegiare l'eterogeneità**, interpellando soggetti titolari di imprese aventi natura giuridica e settore merceologico d'appartenenza diversi, riconducibili principalmente ai seguenti macro-ambiti:

- commercio
- turismo
- alimentare - ristorazione
- arte e cultura
- consulenza
- artigianato
- cura della persona
- servizi funebri

5.1.3. Note relative alla costituzione del campione

Importante segnalare le **grosse difficoltà incontrate nella costruzione del campione** sopra menzionato, soprattutto nella fase di preliminare analisi desk condotta dall'equipe di progetto. Principalmente 3 le cause:

- **elevato tasso di mortalità delle imprese**: molte attività "censite a tavolino" si sono poi rivelate inesistenti al momento della presa di contatto effettiva;
- **indisponibilità dell'imprenditore ad essere intervistato** sui temi oggetto dello studio: evasività di risposta e rapidità di comunicazione i due tratti distintivi di molti dei contatti presi, poi non tradottisi in interviste principalmente per via di un rifiuto, più o meno esplicito, dell'imprenditore;
- **difficoltà dell'imprenditore interpellato nel comprendere senso, obiettivi ed eventuale "utilità"** delle interviste condotte e della ricerca in quanto tale.

Da evidenziare comunque come - anche tra coloro i quali hanno accettato di sottoporsi all'intervista - sia emersa una **certa reticenza ad esporsi, a raccontare la propria storia** "(...) una scarsa disponibilità a condividere le informazioni relative alla propria attività"¹⁰⁶, in particolare quelle di matrice economico/finanziaria.

In tal senso **le reti relazionali** hanno ricoperto un **ruolo centrale nella costruzione del campione**, sia come segnalazione diretta da parte di soggetti attivi sul progetto (partner o aderenti) sia da parte di altri imprenditori a loro volta

¹⁰⁶ Fieri, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino*, 2008, p. 24.

intervistati: se da un lato è vero che molti dei titolari d'impresa identificati tramite analisi desk hanno rifiutato l'intervista, come peraltro già evidenziato da altri autori *"I contatti presi in maniera diretta (telefonicamente o entrando nei negozi), senza alcuna forma di mediazione o di introduzione ai potenziali intervistati, sono risultati perlopiù fallimentari"*¹⁰⁷ dall'altro è altrettanto vero che molti di coloro che sono stati individuati attraverso network relazionali hanno invece accolto positivamente l'intervista, dedicando ad essa il tempo necessario. Alla base di tale diverso atteggiamento evidenziamo l'importante ruolo ricoperto dal capitale sociale e dai legami fiduciari intercorrenti tra i soggetti.

Non semplice, infine, riuscire a **distinguere**, nella costruzione del campione, **tra semplici lavoratori autonomi, impegnati in forme di auto-impiego e veri e propri imprenditori**: l'essere titolari di partita IVA non sempre significa essere imprenditori *"l'avvio di un'attività autonoma è spesso preliminare alla creazione di un'impresa (...) il possesso di una partita Iva può mascherare un lavoro semi-subordinato (...) la grave crisi del mercato del lavoro e la necessità di rispettare vincoli burocratici e legali per la permanenza sul territorio italiano hanno indotto molti cittadini stranieri a diventare, almeno formalmente, lavoratori in proprio"*¹⁰⁸. Consapevoli di ciò l'equipe di ricerca ha proceduto ad una selezione di soggetti quanto più possibile mirata, volta ad intercettare gli imprenditori "reali" presenti sul territorio, sebbene spesso il confine tra semplice possesso di partita Iva e la vera e propria impresa sia molto labile. In ragione di ciò sono stati esclusi dall'indagine i soggetti che praticano "commercio ambulante", e chiaramente tutti coloro che praticano attività a livello informale.

5.2. Considerazioni sulle caratteristiche delle imprese intervistate

La situazione provinciale torinese riflette il dinamismo imprenditoriale rilevato su scala nazionale: sono 22.586 le imprese censite nel 2013 nella Provincia di Torino, il 9,8% del totale delle attività imprenditoriali della Provincia e il 2,2% in più rispetto all'anno precedente. L'essere titolari di partita Iva, l'essere lavoratori autonomi o veri e propri imprenditori è una condizione assai diffusa all'interno della comunità marocchina residente in Provincia di Torino. Si tratta di attività di vario genere, la cui eterogeneità è piuttosto ben rappresentata dal campione individuato *"Non si tratta solo di imprese etniche, che hanno come mercato essenzialmente quello dei connazionali; spesso si tratta di esercizi che fanno dell'ibridazione il loro punto di forza o che hanno clienti che vengono da ogni parte del mondo, o di esercizi (...) che hanno come clienti prevalentemente gli italiani, o ancora di negozi etnici che sono diventati attraenti anche per gli italiani"*¹⁰⁹.

¹⁰⁷ Fieri, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino*, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino, 2008, p. 24

¹⁰⁸ Fondazione Leone Moressa, *Rapporto Annuale sull'economia dell'Immigrazione*, 2013, Il Mulino, Bologna, p. 74

¹⁰⁹ Censis, *Rapporto sulla situazione sociale del Paese 2013*, Fondazione Censis, 2013, Roma, p. 29

Passiamo ora ad una breve presentazione delle caratteristiche generali delle imprese intercettate dall'equipe di ricerca, lasciando al paragrafo 6 una più accurata analisi del livello di transnazionalismo che le caratterizza.

5.2.1. Caratteristiche principali

Analizzando il quadro dei 66 imprenditori intercettati dall'equipe di lavoro vediamo come ben il 50% di essi (esattamente 33 imprese su 66) sia dedito ad attività rientranti nel **settore alimentare, che pare dunque quello predominante**: macellerie, minimarket, gastronomie, ristoranti, bar, panetterie sono le attività più ricorrenti all'interno del campione; seguono a ruota le attività commerciali (14%), attività nel settore turistico (le agenzie viaggio sono il 12%), negozi di abbigliamento (5%), attività nel settore della cosmesi (5%) ed infine una serie di attività meno diffuse quali servizi per stranieri, studi artistici, parrucchieri, attività metal meccaniche, pompe funebri e un bagno turco.

Gli imprenditori immigrati intervistati (20 dei 66 sopra menzionati) sono tutti relativamente giovani, così come sono piuttosto giovani le loro attività:

- **età dell'imprenditore**: escludendo un 10% di persone che non hanno risposto al quesito notiamo come il 65% degli interpellati abbia tra 30 e 50 anni, il 10% meno di 30 anni e il 15% più di 50;
- **longevità dell'impresa**: la totalità delle imprese analizzate è nata nel corso dell'ultimo decennio, e comunque dopo il 2001.

Interessante notare come, per quanto concerne la **dimensione di genere**, le imprenditrici interpellate siano soltanto il 15% del totale degli imprenditori – attive peraltro in alcuni settori dominanti, ovvero quelli della ristorazione e della cosmetica - mentre l'85% siano uomini.

Il **livello di istruzione degli intervistati è mediamente piuttosto alto**: il 45% di essi ha conseguito una laurea, il 25% dispone di un diploma mentre il 10% ha la licenza media. Da segnalare lo specifico caso di uno degli intervistati, che dopo aver conseguito la laurea triennale in Italia, a Torino, ha proseguito poi con la laurea specialistica e con il Dottorato di ricerca in Francia, a Lione.

Per quanto concerne la **composizione della clientela** di riferimento di ciascuna impresa intervistata - ed in particolare per quanto concerne la presenza di clienti connazionali - vediamo come le situazioni analizzate siano estremamente eterogenee: si passa dallo 0% dichiarato da alcuni al 98% dichiarato da altri.

In particolare notiamo come quasi la metà delle imprese intervistate (circa il 45%) dichiarino di disporre di una clientela in larga parte "non marocchina", ma composta da clienti di origine italiana o di altra origine: questo a dimostrazione del processo positivo di integrazione di tali attività sul territorio e del crescente successo dei prodotti di origine etnica anche all'interno della comunità autoctona.

Sono soltanto **3 su 20 le attività che dichiarano di avere clienti di origine marocchina** in misura preponderante e comunque superiore al 90%: si tratta

dell'impresa di pompe funebri, dell'agenzia di consulenza ed accompagnamento all'avvio di impresa e dell'agenzia viaggi. Le ragioni di ciò appaiono piuttosto evidenti: il servizio funebre offerto è quello tipicamente musulmano, richiesto da clienti di fede islamica che, sul territorio torinese, sono in larga parte di origine marocchina; il servizio di consulenza ed accompagnamento all'avvio di impresa intende – per sua stessa *mission* - facilitare il percorso imprenditoriale dei cittadini di origine straniera interessati ad intraprendere a Torino, mentre i potenziali imprenditori italiani tendono a rivolgersi ad altri canali. L'agenzia viaggi, invece, costituisce un caso un po' particolare, come vedremo meglio più avanti (cfr paragrafo 6.1): sono infatti forti le potenzialità transnazionali che la caratterizzano, così come sembrerebbe quasi scontato il fatto che si rivolga a clienti italiani interessati a "scoprire" il Marocco, facendo leva sui legami privilegiati dell'imprenditorie con il Paese d'origine; ciò nonostante il servizio prioritario offerto da questa attività è ancora l'emissione di biglietti aerei e navali per i connazionali immigrati che rientrano periodicamente nel Paese d'origine, mentre non esistono ancora basi sufficientemente solide per poter immaginare tour organizzati destinati a clienti di origine diversa.

La forma giuridica

Per quanto concerne la forma giuridica maggiormente diffusa tra le imprese intervistate si rileva come si tratti nel **55% dei casi di imprese individuali**, nel 15% dei casi di s.a.s. (società in accomandita semplice), nel 10% dei casi di s.r.l (società a responsabilità limitata) e nel 5% dei casi di società cooperative. Essere titolare di impresa/ditta individuale sottintende sostanzialmente l'essere titolari di partita Iva, in alcuni casi meccanismo utilizzato per poter riuscire a mantenere il proprio status di regolarità nel Paese, senza però un effettivo esercizio di attività economica. Non si tratta dei casi qui interpellati (ciascuno dei quali rimanda ad una specifica attività imprenditoriale, verificata e mappata), ma di un fenomeno comunque molto diffuso e constatato attraverso l'esperienza di molti degli operatori del progetto: molti infatti i soggetti che, dopo aver aperto una partita Iva per poter restare regolarmente nel Paese, non la gestiscono adeguatamente incappando in sanzioni e problematiche di ordine burocratico e fiscale piuttosto gravi.

La ditta individuale è la forma giuridica più semplice e meno onerosa poiché non richiede particolari adempimenti per la sua costituzione, se non appunto l'apertura di un numero di partita Iva. E' un'attività che fa riferimento a un solo titolare (cioè l'imprenditore) il quale è quindi l'unico responsabile e anche l'unico promotore della sua iniziativa imprenditoriale. Non sono previsti dipendenti né collaboratori, sebbene sia frequente il ricorso a collaborazioni di soggetti terzi, specificamente membri del nucleo familiare: la ditta individuale può infatti declinarsi anche in forma di impresa familiare o impresa coniugale.

Coerentemente con quanto detto sopra notiamo infatti come alcune imprese che si auto-definiscono come "individuali" dichiarino però contemporaneamente, all'atto dell'intervista, di disporre di un numero di lavoratori, oscillante tra 3 e 7: alcune di

esse sono sicuramente attività che coinvolgono più membri del nucleo familiare, altre invece potrebbero sottendere un certo numero di collaboratori informali.

Per quanto concerne l'avvio dell'attività notiamo come la maggior parte degli intervistati dichiara di aver **lavorato in precedenza alle dipendenze di altri soggetti**, nel Paese d'origine, in altri Paesi europei o all'estero, e di aver solo successivamente deciso di intraprendere il percorso imprenditoriale. Fondamentale dunque per tutti il percorso di maturazione professionale, di acquisizione di competenze e di "savoir faire" precedente l'apertura dell'attività, percorso che per molti ha costituito anche il trampolino economico necessario all'avvio dell'impresa, come vedremo meglio al paragrafo successivo

"Quando ho iniziato con quest'attività ero un semplice dipendente, ma nel 2001 ho deciso di accettare la sfida intraprendendo la carriera di libero professionista" (A.J.)

"Ho creato l'impresa nel 2013, ma ho lavorato sempre prima, fin da piccolo, insieme a mio padre che già faceva lo stesso mestiere" (Y.A. - 14)

"Avevo già una cosa simile in Belgio (...) mi hanno chiamato chiedendomi di prendere in gestione il locale e di avviarlo, quando sono arrivato ho iniziato praticamente con nulla" (Y.K.)

"Era un mestiere che sapevo fare già benissimo perché lo facevo nel mio Paese (...) Prima di aprire in Italia ho dovuto lavorare un po' di tempo alle dipendenze di un imprenditore, anche per mettere da parte dei soldi per poi proseguire per conto mio" (M.E.J.)

I finanziamenti

Secondo i dati CNEL del 2011 gli imprenditori stranieri tendono a propendere per **forme di auto-finanziamento**, in particolare nella fase di avvio dell'attività, attingendo ai propri risparmi e facendosi supportare esclusivamente dal nucleo familiare di appartenenza. Tra i soggetti intervistati vediamo come molti dichiarino di essere stati economicamente sostenuti dai genitori e/o da altri parenti per gli investimenti necessari all'avvio delle attività.

"La famiglia mi ha prestato i soldi (...) (N.M.M)

"La famiglia è numerosa (...) ognuno ha messo qualcosa da parte (...) e così sono andato avanti (...) ho preso i soldi in prestito da famiglia (soldi poi restituiti)" (R.E.Y.)

Interessante è notare come gli intervistati sottolineino con particolare enfasi, quasi orgoglio, il fatto di essere riusciti ad avviare l'attività senza appoggiarsi a fonti di finanziamento esterne, né amicali né bancarie. La comunità di appartenenza, dunque, pare non aver giocato un ruolo significativo nel sostenere finanziariamente l'avvio delle attività così come, peraltro, nel supportare l'esercizio delle stesse.

"L'impresa l'ho finanziata tutta con i miei soldi senza nessun aiuto esterno, né famiglia né altri, ho voluto e sono riuscito ad autofinanziare tutto" (Y.A.)

"Non sono andato in Banca per avere dei prestiti e non ho chiesto soldi a nessuno, ho preso tutto da me anche se era davvero pochissimo" (Y.K.)

"Ho iniziato tutto da solo senza sostegni esterni" (A.J.)

"Naturalmente ho pagato tutto da me, ho risparmiato quello che potevo in quel lavoro da dipendente e non mi sono stati mandati né soldi dal Marocco, né c'è stato un aiuto della comunità marocchina per iniziare l'attività (M.E.A)

"Per aprire l'attività non ho richiesto nessun finanziamento, ho usato i miei risparmi (...) è stata una scelta personale perché non amo indebitarmi" (B.K.M)

Molti sono coloro che hanno finanziato l'avvio dell'attività attraverso fondi derivanti dalla vendita di beni immobili, da liquidazioni ottenute o da risparmi realizzati attraverso attività professionali precedenti di tipo dipendente

"La prima gastronomia l'ho finanziata con la vendita della mia casa di proprietà in Marocco" (A.S.)

"Io e mio marito abbiamo messo insieme le buone uscite dei nostri lavori precedenti" (N.H.)

"(...) ho risparmiato quello che potevo in quel lavoro da dipendente" (M.E.A)

E' altresì interessante notare come questa scarsa propensione degli imprenditori di origine marocchina alla richiesta di finanziamenti bancari sia correlabile al rigoroso **rispetto della legge islamica** espressa all'interno del Corano, dove viene esplicitamente vietato il *ribā*, letteralmente traducibile sia con il termine "usura" che con il termine "interesse", concetti dunque interpretati dal Corano quali sinonimi. Non è dunque lecito, per un buon musulmano, contrarre un mutuo o accedere ad un finanziamento che preveda il pagamento di interessi dilazionati nel tempo: l'usura è vista dallo stesso Profeta Muhammad "come pazzia" in antitesi alla fede ed avversa a Dio nel più severo dei modi.

Da questo punto di vista si evidenzia quindi una significativa differenza tra la finanza islamica, fondata su principi etico-religiosi, e la finanza occidentale, costituzionalmente laica ed affidata al libero mercato *"Molti giuristi ed economisti concordano che alla base delle proibizioni vige l'affermazione del concetto di giustizia sociale o di equità insito nel Corano, che costituisce la ratio principale per ogni forma di transizione"*¹¹⁰

Esistono chiaramente anche Banche islamiche, che – proprio nel rispetto della legge islamica – operano in modo differente rispetto alle altre Banche *"(...) la banca*

¹¹⁰ Cfr. http://www.mondobancario.it/l_islam_e_la_finanza_islamica.html

islamica non concede prestiti, ma investe nelle forme di contratti di scambio (murabah) e di partecipazione (mudarabah) e musharakah (...)¹¹¹

"Non ho chiesto nessun finanziamento. Ho usato i miei risparmi. In banca non ho mai chiesto nulla. Non mi piace richiedere prestiti perché poi lavori per nulla. Chiedi 100 e devi dare 150. E poi già noi siamo contro (...) ogni cosa che centra con la Banca secondo l'Islam è vietato perché porta al fallimento (...) la religione lo proibisce, sia che fai un prestito e fai pagare gli interessi, sia che vai in Banca e quella ti fa pagare gli interessi" (A.M.)

Anche coloro che dichiarano di aver tentato di accedere a forme di finanziamento – forse in ragione di una minore osservanza del Corano – mostrano invece un **approccio fortemente critico rispetto alle reali possibilità di accedere al credito**: il percorso viene identificato come particolarmente complesso per l'imprenditore straniero, e difficile da percorrere senza forme di supporto, ovvero in assenza di garanti, principalmente di origine italiana

"Per avere soldi in prestito dalla Banca serviva un garante italiano, una delle cose che più mi ha infastidito e spinto a muovermi da solo" (R.E.Y.)

"(...) ho richiesto un prestito in Banca grazie a dei garanti che mi hanno appoggiato" (A.Z.)

"(...) e poi ho fatto un finanziamento in banca. All'inizio mi sono dovuta far aiutare da un socio italiano per andare in banca. Ho pagato un sacco di tasse e ora ho aperto una pratica di usura contro la banca" (N.M.M)

"Le principali difficoltà che ho dovuto affrontare inizialmente sono state quelle finanziarie: ho provato anche a chiedere un prestito in banca, ma non avevo i requisiti per poter avere un sostegno" (M.E.A)

Inaspettatamente risulta invece non essere quasi mai menzionato il ruolo della comunità di appartenenza, degli amici, dei network relazionali entro cui si colloca l'imprenditore quale punto di appoggio economico/finanziario per l'avvio delle attività imprenditoriali. Gli imprenditori interpellati paiono disgiungere nettamente le loro attività economiche dalle relazioni personali che intrattengono con la comunità, o quanto meno così hanno dichiarato di fare.

La percezione del futuro, le prospettive dell'attività

Importante sottolineare come – nonostante la forte crisi economica che sta coinvolgendo trasversalmente il Paese – molte delle attività economico/imprenditoriali gestite da soggetti di origine straniera paiono resistere tenacemente e, come abbiamo già evidenziato in precedenza, risultino anche in

¹¹¹ Cfr. http://www.mondobancario.it/l_islam_e_la_finanza_islamica.html

aumento rispetto a quelle autoctone: come già citato da altri autori, infatti *“Non è da sottovalutare la capacità di resilienza delle imprese straniere”*¹¹².

Alcuni degli imprenditori intervistati immaginano un **ampliamento dell’attività** e l’assunzione di nuovo personale

“Tra un anno nonostante tutto mi sento fiducioso e immagino la mia impresa più grande di com’è adesso” (Y.A.)

“Se dovessi pensare al futuro della mia azienda da qui a un anno penso che sarà molto in crescita, se Dio vorrà (...) le attività che penso di ingrandire sono anche quelle con il Marocco, è un pensiero che ripeto sempre (...) nei prossimi mesi devo sicuramente assumere nuovo personale” (Y.K.)

Alcuni immaginano di aprirsi ad altri Paesi europei, consolidando la propria attività anche altrove

“(...) tra 5 anni potrei essere in Marocco o in Belgio” (Y.K.)

“Sogno di aprire un figliolo di questa attività da altre parti, in Italia e in Europa, chissà, lasciando sempre aperto anche questo (...) credo molto nel ruolo delle seconde generazioni, la generazione adulta è troppo chiusa, ermetica nel passato” (N.H.)

Il **rientro in Marocco** è tuttavia una delle prospettive future più frequentemente ipotizzate dagli imprenditori: alcuni lo identificano addirittura come un obiettivo collettivo prioritario, condiviso dall’intera comunità

“Le attività in Marocco stanno andando bene e non escludo di tornarci definitivamente, credo che questo lo vogliamo tutti, qualunque marocchino ha come obiettivo di tornare in Marocco un giorno per vivere per sempre nel suo Paese di origine” (M.E.J.)

Le **ragioni** di questo desiderio di rimpatrio sono le più differenti: per alcuni è una **prospettiva di investimento futuro**, espressione della voglia di ampliare la propria attività altrove, privilegiando chiaramente il Marocco sia in quanto proprio Paese d’origine, sia in ragione di una situazione fiscale meno gravosa di quella italiana

“Sogno di avere un cascinale dove fare le mie attività artistiche e anche il formatore, dei corsi. Certo se dovessi aprire una cosa così lo farei in Marocco, non qui. Qui ci sono troppe tasse” (A.Z.)

(...) penso di aumentare le mie attività nel mio Paese d’origine, anzi il mio obiettivo è ritornare un giorno a vivere giù perché ormai qui in Italia non c’è molta speranza, si lavora solo per pagare lo Stato, le tasse” (Y.A.)

¹¹² Fondazione Leone Moressa, Rapporto Annuale sull’economia dell’Immigrazione, 2013, Il Mulino, Bologna, p. 76

"Voglio aprire la mia attività in Marocco, siamo sempre però bloccati dal fatto di trovare l'importo giusto, il prezzo giusto, senza banche. Aprire là un'altra agenzia con lo stesso nome" (A.M.)

Altri intervistati invece ipotizzano il rientro in Marocco quale **via di fuga da una situazione di difficoltà**, di ristrettezze, di fatica nella gestione dell'attività. Dalle parole di costoro traspare maggiore pessimismo, la percezione di una situazione economica destinata a non migliorare. Taluni non riescono ad immaginare un futuro per la loro impresa ed ipotizzano un prossimo rientro nel Paese d'origine

"Vorrei chiudere il negozio e tornare in Marocco, non credo che qui l'attività possa andare avanti per più di un anno ancora" (B.H.M.)

"Se continua così chiuderemo come tutti gli altri" (Y.T.)

"Non immagino di poter stare qui per più di un anno ancora (...) vorrei lasciare l'Italia, magari per la Francia, o per tornare in Marocco" (A.S.)

"Se continua così...diciamo la verità, quando siamo arrivati in Italia abbiamo lavorato benissimo, anche di notte, perché c'era da incassare, c'erano i soldi. Adesso no, vedo il buio. Per il mio mestiere, grazie a Dio, ce la faccio ancora a portare la mia giornata a casa, ma non so in futuro. In Marocco sarebbe facile tornare, ho ancora la casa" (A.M.)

Un certo numero di intervistati, invece, **vede il proprio futuro in Italia**, proprio Paese d'adozione, luogo nel quale ha radicato la propria esistenza e dal quale non pensa di allontanarsi, pur ipotizzando però l'apertura di prospettive aziendali anche in Marocco

"Dopo 20 anni è difficile pensare di andare via. Nel frattempo anche creare un'attività in Marocco potrebbe essere un'idea, mantenendo però entrambe le attività. Noi teniamo gli occhi aperti" (R.E.Y.)

"La mia vita è iniziata qua e anche se ho il sogno di aprire in Marocco e di trasferirmi non vorrei chiudere questo negozio" (A.J.)

Nessuno degli intervistati rimpiange la propria situazione lavorativa "precedente" l'avvio di impresa, tutti sono orgogliosi di quanto hanno creato e cercano di difenderlo con coraggio.

5.3. Valutazione degli intervistati rispetto ai servizi pubblici e privati di sostegno

Alla domanda "Quali sono i passaggi che ha seguito per avviare la sua attività? Quali i soggetti/servizi locali a cui si è rivolto?" la maggior parte degli intervistati dichiara di aver seguito l'iter burocratico/amministrativo proprio di ogni imprenditore, rivolgendosi specificamente a **consulenti professionisti del settore**. La figura del **commercialista** è quella tendenzialmente più menzionata, considerata come punto di riferimento principale. Dalle interviste fatte emerge grande serietà dell'imprenditore nell'approcciare il tema, professionalità, ricerca di

indicazioni chiare e precise (non approssimative o superficiali) fornite da interlocutori specializzati ed affidabili.

"(...)ho cercato un buon commercialista, un buon avvocato... dei consulenti validi (...)"(N.H.)

"(...) poi mi sono rivolto a professionisti (commercialista)) per farmi dare indicazioni precise (...)"(R.E.Y.)

"(...) la cosa migliore è tenersi aggiornati, parlare con i professionisti"
(A.Z.)

"Mi sono rivolto ad un commercialista. Ha pensato a tutto lui. L'ho pagato" (A.M.)

"Sono andato direttamente dal commercialista e ha fatto lui" (A.M.)

Come già anticipato al capitolo 3, la tecnica del "passaparola" ed i meccanismi sommersi di diffusione delle informazioni facenti leva sui network relazionali di appartenenza dei soggetti – ampiamente utilizzati dai cittadini di origine straniera per orientarsi nella prima fase di inserimento sul territorio – non paiono essere menzionati dagli imprenditori di origine straniera: il ruolo della comunità di appartenenza, come evidenzieremo meglio al paragrafo 5.2, è piuttosto marginale e non determinante nella fase di start up e di successivo consolidamento dell'attività.

Di fronte ad un'analisi più dettagliata dell'iter burocratico intrapreso dagli imprenditori è interessante notare come, da molti intervistati, venga sottolineato esplicitamente il fatto che le procedure avviate siano state le stesse seguite dagli italiani, quasi a voler identificare nella qualifica di "imprenditore" la componente essenziale della propria identità: **prima di tutto "imprenditori" e solo subordinatamente "di origine straniera"** sembra voler essere il messaggio trasmesso, evidenziando come la propria nazionalità non abbia influenzato e/o orientato i passaggi necessari all'avvio della propria attività

"Abbiamo chiesto consulenze di lavoro, commercialista, specialisti (...) tutte le procedure classiche, come qualsiasi altro imprenditore italiano"
(Y.T.)

"(...) no no, nessun servizio particolare, i passaggi che ho fatto sono stati gli stessi che fanno gli italiani (A.S.)

"(...) ho cercato tutti i servizi che anche gli imprenditori italiani cercano (N.H.)

Riprendendo i risultati di uno studio condotto da COOPI si evince infatti come *"(...)le reti più agite dai lavoratori autonomi sono quelle che risultano funzionali all'avvio dell'attività stessa: commercialisti, associazioni di categoria, camera di commercio. In generale però si è riscontrata una scarsa conoscenza dei servizi esistenti che evidenzia bisogni di tipo informativo e di consulenza per la maggior parte delle persone intervistate"*¹¹³. Anche dal campione di imprenditori qui intervistati non si

¹¹³ COOPI, Il migrante marocchino come agente di sviluppo e di innovazione nelle comunità d'origine, studio prodotto nel quadro dell'omonimo progetto promosso da COOPI e cofinanziato da

evinces l'esistenza di relazioni consolidate o abitudinarie con associazioni o servizi territoriali specifici, raramente menzionati. Si denota quindi una certa "indifferenza" rispetto alle relazioni con tali soggetti, presumibilmente riconducibile ad una certa "fragilità informativa" rispetto a tali opportunità. E' proprio il bisogno **di informazione** di qualità, accessibile e fruibile da parte del potenziale imprenditore di origini straniere una delle questioni che ricorre con maggiore frequenza nelle parole degli intervistati

"I punti deboli dei servizi qui: manca un ufficio per informarsi (...) nessuno sa e tutti interpretano la legge come credono. Quindi servirebbe un centro di informazione. Questo è un problema di tutti" (N.M.M)

"Non c'è molto... mi sono informato un po' per conto mio (...)" (A.Z.)

"Io sto aprendo la mia attività e cerco qualcuno che mi spieghi come muovermi, dove andare" (F.R.)

Analizzando l'iter seguito per l'avvio delle attività possiamo ricondurre gli imprenditori interpellati sostanzialmente a due diverse tipologie:

- A. coloro i quali hanno avviato attività d'impresa in modo completamente autonomo, senza beneficiare di alcuni tipo di consulenza o supporto esterno. Sono i più numerosi;
- B. coloro che si sono appoggiati a soggetti terzi – servizi locali – alla genesi dell'attività.

I soggetti rientranti nella categoria A sono coloro i quali avevano una chiara idea di impresa sin dall'inizio: costoro tendenzialmente dichiarano di non aver avuto particolari difficoltà al momento dell'avvio dell'attività. Si tratta della maggioranza dei casi indagati, soggetti che dichiarano di non aver beneficiato di forme di supporto o accompagnamento a cura di servizi pubblici e/o privati, fatta eccezione per forme di consulenza specifica richieste a professionisti del settore (come sopra evidenziato). Essi dichiarano di aver agito in autonomia, informandosi in modo diretto, documentandosi su internet o basandosi su conoscenze acquisite tramite esperienze lavorative precedenti

"Ti dico la verità, da quando ho cominciato non ho trovato nessuna difficoltà perché in quel periodo c'erano i soldi. Erano altri tempi." (A.M.)

"Per quanto riguarda la creazione della mia azienda non ho avuto nessun beneficio o accompagnamento da parte di enti pubblici (...) sono partito da solo" (A.J.)

"Molte cose le sapevo già, mi sono documentato. Ho agito in modo autonomo, non ho mai ricevuto sostegni da parte di enti pubblici o privati" (R.E.Y.)

"Quando ho creato l'impresa non mi sono rivolta a nessun servizio territoriale, ma ho fatto tutto da sola. Perché avevo già una formazione, sapevo già fare grazie ai miei studi ed esperienza di agente commerciale, sono andata su internet, ho cercato vendita prodotti cosmetici ultra CE, la legge, ho chiamato chimico e commercialista, le etichette e il resto l'ho fatto tutto io. Da autodidatta" (N.M.M)

Pochi i soggetti rientranti nella categoria B, tra i quali però rileviamo valutazioni piuttosto critiche circa il servizio ricevuto.

"Sono andato, ma poi ho lasciato perdere perché non funziona, né per gli stranieri né per italiani" (...) ho trovato altre persone che mi hanno capito, ascoltato e che mi hanno aiutato (A.Z.)

"Funziona tutto male (...) non saprei consigliare nessun ente, nessun ufficio che funzioni meglio di altri" (Y.T.)

Approfondendo le ragioni di questa **negativa considerazione** traspare la percezione che i servizi deputati al tema, disponibili sul territorio, siano forse troppo rigidi, statici, mossi da logiche che paiono di difficile comprensione per persone appartenenti a culture diverse. Dagli intervistati emerge un bisogno insoddisfatto di ascolto, di comprensione, di valorizzazione delle specificità e soprattutto di **sostegno del processo di maturazione dell'idea imprenditoriale** del beneficiario a partire dalla sua genesi: i servizi sembrano essere destinati prioritariamente a coloro i quali hanno chiara in mente un'idea imprenditoriale precisa, già strutturata, con una buona disponibilità finanziaria, mentre sembrano essere meno attrezzati ad accompagnare i percorsi di impresa che si trovano ancora ad uno step più embrionale e che quindi necessiterebbero di un orientamento preliminare

"Non ascoltano le persone, non vedono i progetti, decidono loro cosa vogliono fare di te, non vedono i progetti in crescita, ma per loro bisogna subito arrivare con dei grossi capitali. Ho fatto la formazione, volevano a tutti i costi inserirmi come artigiano, ma io non sono un artigiano, faccio dei progetti che sono unici, d'arte, non produco cose in serie. Loro mi dicevano che non esisteva nemmeno il codice riferito all'attività che avevo in mente. Poi da solo ho cercato tra i codici ATECO e l'ho trovato, è il codice relativo a tutte le attività artistiche. Tra l'altro inserendomi come artista avevo anche agevolazioni. Dopo 6 mesi ho abbandonato questo percorso, era solo una perdita di tempo. Era come se io avessi detto loro che volevo vendere telefoni e loro mi avessero detto che era meglio fare batterie (...)" (A.Z.)

"Spesso gli sportelli (...) sono sbrigativi. La persona deve essere messa in valore, serve ascolto, accompagnamento. I servizi non cercano di capire la persona" (M.D.)

Offrire al cittadino straniero interessato ad "intraprendere" occasioni di consulenza, formazione, informazione incasellate secondo procedure standard rischia di costituire un elemento di demotivazione del soggetto, e spesso di dissuasione rispetto ad un suo utilizzo – anche futuro - di servizi ed opportunità potenzialmente interessanti messe a disposizione dal territorio. La necessità che sembra emergere dalle parole degli intervistati è di un **servizio più interlocutorio**, declinato sulla persona, maggiormente capace di cogliere gli specifici interessi dell'individuo e di **accompagnarlo in un processo di auto-riflessione** teso alla definizione del proprio percorso imprenditoriale, e soltanto in seguito ad un orientamento tecnico standardizzato.

Il servizio – pubblico o privato che sia – sembra prevedere tendenzialmente un approccio esclusivamente teso al raggiungimento del risultato – l'avvio dell'impresa - nel modo più efficace ed efficiente possibile, in tempi rapidi, spesso dando per scontato il processo di elaborazione e maturazione precedente, altrettanto centrale per il raggiungimento del risultato medesimo

Emerge dunque la **necessità di un "accompagnamento"** erogato da soggetti non solo in possesso di informazioni e competenze tecniche, ma anche di doti di ascolto, comprensione e mediazione, pronti a garantire un supporto costante a chi ne faccia richiesta.

Riprendiamo qui a tal riguardo una teorizzazione elaborata nel quadro del dossier "Nuovi abitanti e coesione sociale" (Cicsene, 2010, p. 30), elaborata con riferimento ai meccanismi di sostegno abitativo, ma altrettanto applicabile alle procedure di sostegno all'imprenditoria. Emerge come "sportello" ed "accompagnamento" siano da considerare due strumenti diversi, due mezzi complementari tesi al perseguimento del medesimo fine. Essi però sottendono una differenza importante che abbiamo tentato di riassumere in questi termini

Sportello = luogo deputato al trasferimento di informazioni

Accompagnamento = processo interattivo finalizzato alla piena comprensione delle informazioni ed alla mediazione di situazioni complesse.

DIFFERENZE	
Sportello	Accompagnamento
Luogo	Processo
Staticità	Dinamicità
Orientamento nel contesto ospitante	Accoglienza nel contesto ospitante
Quantità di informazioni	Approfondimento delle informazioni
Trasferimento di informazioni	Dialogo permanente e mediazione
---	Monitoraggio
Risponde a carenze informative	Risponde a bisogni
Interazione occasionale	Interazione duratura
Servizio impersonale, frontale e formale	Servizio declinato secondo esigenze individuali

Distinguere analiticamente queste due tipologie di soggetti non significa delegittimare il ruolo dello sportello sollecitando la conversione di tutti i servizi "frontali" in servizi di accompagnamento, bensì **promuovere sui territori attività complementari a quelle già esistenti**: soggetti che si affianchino e operino in sinergia con i numerosi operatori attivi nei servizi già dislocati sul territorio, figure che ricoprono un ruolo fondamentale, ma differente e - a detta degli intervistati - non sufficiente.

Se da un lato gli imprenditori appartenenti alla categoria A non denunciano particolari difficoltà al momento di avviare l'impresa, sono essi stessi che insistono fortemente sugli **ostacoli di ordine burocratico/amministrativo** incontrati poi nella gestione dell'ordinaria attività, considerazione che ci induce a sottolineare l'importanza di soggetti in grado di fornire forme di **consulenza "in itinere"**

"Funziona tutto male (...) ti fanno fare dei giri assurdi (...) c'è sempre coda (...) inefficienza totale, burocrazia, per poter avviare una procedura ci voglio 100.000 documenti, bisogna aspettare ore e ore negli uffici, senza parlare poi di contributi, tasse" (Y.T.)

"La debolezza e la difficoltà che ho incontrato nel mio locale è proprio quella legata alla burocrazia e alla tassazione"(Y.K.)

"Non si riesce a fare nulla con gli italiani. Mai un aiuto (...)"(A.S.)

"La burocrazia è stata un grosso ostacolo" (R.E.Y.)

Altri invece lamentano il fatto che **lo straniero sia troppo frequentemente identificato come un soggetto debole**, bisognoso di servizi e consulenze di base, e non come un individuo alle prese con un percorso di mobilità sociale ascendente. La maggior parte dei servizi destinati all'utenza vengono accusati di avere un'impronta fortemente assistenziale, quasi partendo dal presupposto che gli unici bisogni della componente straniera della popolazione siano connessi ad esigenze di tipo primario, mentre si sente il bisogno di servizi di altro genere più mirati a sostenere l'imprenditore

" (...) sul territorio esistono solo servizi di base per gli stranieri, per il rinnovo documenti e per il permesso di soggiorno, per cercare casa, per rivolgersi alla Caritas. E' anche questo che impedisce in Italia di avere un immigrato oltre un certo livello. Se voglio che lo straniero cresca devo metterlo nelle condizioni di farlo" (N.H.)

Se da un lato alcuni soggetti sentono la necessità di servizi volti a sostenere specificamente l'imprenditoria straniera, altri invece manifestano una visione più critica rispetto a ciò, ritenendo che in realtà non vi sia questo bisogno

"Adesso cominciano a nascere anche uffici di commercialisti, avvocati stranieri, anche marocchini, sempre di più. Ma non lo ritengo particolarmente utile, mi sembra uguale" (Y.T.)

Quest'ultima affermazione ben si ricollega ad una delle difficoltà più frequentemente menzionata dagli intervistati e rilevata nel loro percorso imprenditoriale: la **difficoltà relazionale, il pregiudizio**, l'iniziale atteggiamento

di rifiuto e di chiusura manifestato dalla società di accoglienza, dai potenziali clienti, atteggiamento che peraltro è stato rilevato anche dallo studio condotto da COOPI *“Un’attività autonoma ben avviata non sembra necessariamente portare con sé un effettivo miglioramento della condizione sociale che appare per la maggior parte degli intervistati un processo faticoso, non scontato né immediato.”*

Lo status di “imprenditore” e il processo di mobilità sociale ascendente avviato non sembrano porre lo straniero al riparo da episodi di discriminazione. L’imprenditoria di origine straniera sembra essere ancora frequentemente vista come “l’eccezione”, la pratica inusuale della quale diffidare, scarsamente diffusa sul territorio e per la quale non sono previsti servizi specifici

“(…)in quanto marocchina ho incontrato difficoltà nel far capire ai clienti che cosa volevo proporre, ci sono tanti pregiudizi, chiusura per paura dell’altro (...) il problema era che la gente non conosceva l’attività e ne aveva sospetto”(N.H.)

“Ho incontrato inizialmente molta diffidenza da parte della gente del posto. Ho aperto le attività proprio nel periodo in cui ci sono stati gli attentati negli USA e quindi c’era molta paura al solo sentire pronunciare un nome arabo (...) dopo aver aperto l’attività abbiamo subito attacchi vari, anche di matrice razzista”” (R.E.Y.)

“(…) ad esempio è stato un po’ difficile entrare nel mercato perché per molti addetti ai lavori il fatto di essere straniero, marocchino che faceva impresa nel design era una novità e quindi tutti partivano con il pregiudizio (...) Non c’è apertura mentale da parte degli italiani; è una cosa buffa che dopo tutti questi anni ancora, anche se il negozio è mio, l’ho aperto io, quando arrivano certi clienti non vogliono parlare con me, ma chiedono di parlare con il titolare. Partono già con l’idea che un marocchino non può essere il titolare” (A.J.)

“Il mio status di migrante non mi crea problemi inerenti il lavoro, ma è certamente problematico a volte, soprattutto dal punto di vista relazionale. Per esempio quando arriva un controllo partono già prevenuti verso di me” (Y.K.)

Tra coloro che lamentano l’esistenza di forme di pregiudizio, d’ostacolo alle proprie attività, è interessante notare come si rilevi anche il caso di un’imprenditrice che evidenzia **forme di pregiudizio bilaterali**, manifestate tanto dalla comunità di appartenenza quanto dalla comunità autoctona di italiani. Costei, come peraltro molti altri – cfr. paragrafo 5 – nega l’esistenza di forme di appoggio da parte della comunità d’origine per l’esercizio delle proprie attività, anzi ne denuncia tentativi di ostacolo – reali o percepiti – ma comunque sintomatici di una situazione di difficoltà relazionale

“Nessun ruolo della comunità, anzi sabotaggio puro e semplice. Rifiutata dalla comunità marocchina perché sposata a un italiano, e dalla comunità italiana perché sposata ad un marocchino. Molti pregiudizi” (N.H.)

5.3.1. I bisogni manifestati

Alla luce di quanto precedentemente affermato sintetizziamo quindi qui di seguito alcuni dei "bisogni" fondamentali espressi – direttamente o indirettamente – dal bacino di imprenditori interpellato:

1. informazione
2. ascolto ed accompagnamento in itinere
3. semplificazione burocratica ed amministrativa
4. servizi mirati per l'imprenditoria straniera
5. facilitazione del processo di integrazione entro il tessuto sociale locale

Ad essi si aggiunge l'indicazione di altri bisogni che potremmo definire "più concreti, pragmatici", correlabili non tanto al sostegno dello start up d'impresa quanto al **consolidamento dell'attività**: visibilità, diffusione del proprio prodotto, ampliamento delle proprie reti commerciali e pubblicitarie, formazione continua, ma anche sostegno economico

"Abbiamo bisogno di visibilità, di partecipare a convention, occasioni di incontro (...) devo trovare nuovi canali di vendita" (N.H.)

"(...) abbiamo bisogno dell'aiuto finanziario dello Stato, della Regione (...) serve soprattutto per lo start up (...) servirebbe anche un aiuto per far conoscere il prodotto, fare i viaggi (...) ci vuole una spinta che serve per lavorare meglio (...) poi il risultato si vedrà" (L.A.)

"Voglio fare un salto di qualità (...) ma mi servono ganci, pubblicità" (A.M.)

"Il mio sogno è ampliare l'attività (...) ma serve formazione" (A.Z.)

In contrapposizione alla "lontananza relazionale" tendenzialmente espressa dagli imprenditori interpellati rispetto ai servizi pubblici e privati disponibili sul territorio, evidenziamo invece come **uno dei bisogni manifestati sia invece proprio quello di definire margini di collaborazione e contatto con tali enti**, soprattutto nell'ottica di poter beneficiare delle esternalità positive derivanti dall'interazione con essi. Non dimentichiamo infatti come *"(...) chi non si è collegato con le associazioni professionali o con altre strutture di supporto, anche dopo aver camminato speditamente per diversi anni, può essere travolto in poco tempo da avversità impreviste se non sa su chi contare al momento del bisogno (...) L'associazionismo di categoria, oltre a svolgere una funzione di supporto, serve per creare una solidarietà di base tra quanti sono accomunati da una scelta imprenditoriale, sia italiani che immigrati (...)"*¹¹⁴

Sono i soggetti aventi un'attività imprenditoriale "matura" a sentire questo tipo di esigenza,

"Sarebbe interessante lavorare con sigle sindacali, imprenditoriali, associazioni per poter avere un sostegno da parte degli enti pubblici e privati soprattutto su eventuali fiere che sono organizzate magari in

¹¹⁴ Fondazione Ethnoland, *Immigrati imprenditori in Italia*, Edizioni Idos, Roma, 2009, p. 30

Africa e Marocco (...) sarebbe utile avere un'assistenza in questa direzione" (A. J.)

ma anche coloro che dispongono di piccole attività economiche embrionali, spesso informali, facenti riferimento a piccole nicchie di mercato in potenziale espansione. Costoro evidenziano come l'associazione (settoriale, etnica, professionale etc..) possa costituire una sorta di "collettore" sotto il cui nome potersi presentare in occasione di fiere ed eventi pubblici, per il cui tramite poter far conoscere la propria attività ed il proprio prodotto, beneficiando quindi dell'associazione in quanto soggetto in grado di fungere da "garante" per coloro i quali stanno avviando il percorso di start up di impresa.

5.4. Valutazione degli intervistati rispetto ai servizi attuali e potenziali forniti dalle comunità connazionali

Parlando di "comunità connazionali" di riferimento degli imprenditori occorre citare 3 differenti categorie di soggetti, di cui ora andremo ad approfondire meglio il ruolo

- la famiglia di appartenenza, presente tanto nel Paese di accoglienza quanto in quello di provenienza
- la rete di amici e conoscenti – la comunità
- il tessuto associativo

5.4.1. La famiglia di appartenenza

Importante, nella storia imprenditoriale di molti, il ruolo ricoperto dai *network* famigliari di riferimento. Tale ruolo si può sostanzialmente declinare in 3 differenti forme:

- a) supporto iniziale, di carattere economico/finanziario, all'atto dell'avvio attività
- b) eredità professionale, *know how* appreso nel Paese d'origine all'interno del nucleo famigliare
- c) collaborazione nella gestione dell'attività imprenditoriale

Non essendo propensi – come evidenziato al paragrafo 2 – alla richiesta di finanziamenti, la famiglia ha costituito per molti degli imprenditori interpellati, un bacino importante da cui attingere le **risorse economiche** necessarie all'avvio dell'attività

"Mi sono fatto aiutare dalla famiglia" (R.)

"Mio fratello minore mi ha aiutato per la creazione dell'impresa, dal 2003 fino al 2008" (A.M.)

"Avendo la famiglia qui, e la moglie come socia, le attività sono state affidate man mano in gestione ad alcuni fratelli, se possibile, altrimenti sono stati attivati dei dipendenti (...)" (R.E.Y.)

Importante il *back ground* famigliare da intendersi non solo quale patrimonio economico, ma anche quale **patrimonio di conoscenze e competenze** cui

attingere per l'esercizio della propria attività . Per alcuni è proprio la vocazione imprenditoriale a nascere in seno al nucleo familiare, per altri è lì che matura l'expertise professionale. Da notare come in entrambi i casi l'imprenditore in oggetto "esporti" il proprio know how nel Paese di destinazione e lo utilizzi per caratterizzare la propria attività d'impresa

"Da 15 anni ho sempre collaborato con i miei, gestivo un piccolo negozio dove si producevano e vendevano piccoli prodotti artistici tipici del Marocco" (A.Z.)

"Ho creato l'impresa nel 2013, ma ho lavorato fin da piccolo con mio padre che faceva già il mio stesso mestiere. Fin da piccolo ho conosciuto lo spirito dell'imprenditore e nel 2013 ho provato a d andare da solo" (Y.A.)

Non mancano i casi in cui **l'attività d'impresa è a conduzione familiare** o prevede comunque una qualche forma di collaborazione con alcuni membri del nucleo familiare d'appartenenza. ueQuesta si distingue sostanzialmente in due diverse tipologie: una collaborazione praticata nel Paese di destinazione, dunque in Italia

"Mia sorella è mia socia, collabora con me, per le fiere..." (N.M.M)

"Nell'agenzia lavoro io, mia moglie e mio zio" (A.M.)

e una collaborazione di natura propriamente "transnazionale" praticata a scavalco tra il Paese di provenienza e quello di destinazione. E' questo il caso di una coppia di imprenditori - marito e moglie - originari della zona di Agadir, nel Sud del Marocco, i quali hanno deciso di avviare un'attività imprenditoriale di importazione e commercializzazione dell'olio di Argan che viene estratto, lavorato ed imbottigliato in Marocco da parte di alcuni componenti del nucleo familiare riuniti in forma cooperativa

"Noi abbiamo dei parenti che fanno l'olio di argan in Marocco (...) la nostra famiglia lo fa direttamente (...) essendo noi i produttori siamo in grado di procurarci l'olio migliore e la qualità che vogliamo (L.A.)

Il caso appena citato rappresenta il **modello "idealtipico" di imprenditore** che ha saputo far leva sulle proprie specificità, su un "plus valore" capace di caratterizzarlo e distinguerlo, consentendogli di ricavare una nicchia di mercato ancora poco battuta da parte di altri imprenditori e quindi caratterizzata da dinamiche meno competitive.

Si tratta inoltre - in ragione dei suoi legami di collaborazione con il tessuto produttivo e sociale del Paese d'origine - di un caso che potrebbe costituire leva di più ampi processi di cooperazione tra le due aree e tra le due comunità coinvolte

In tal caso è lecito porsi alcuni interrogativi: come e chi dovrebbe accompagnare un simile processo? Quale il ruolo che potrebbe essere giocato dalle associazioni? Vedremo al paragrafo 5.3 come sia ad oggi percepita la funzione del tessuto associativo locale, e quali possano esserne le potenzialità future.

5.4.2. La rete di amici e conoscenti – la comunità

Se da un lato il nucleo familiare di appartenenza è frequentemente coinvolto nell'esercizio dell'attività imprenditoriale di molti soggetti interpellati, dall'altra parte si rileva la **marginalità del ruolo** ricoperto da parte della rete di amici e più ampiamente da parte della comunità di riferimento per quanto concerne la gestione d'impresa. Nessun intervistato esercita la propria attività in collaborazione con un conoscente, nessuno dichiara di essersi appoggiato a membri della comunità per poter avviare la propria attività, se non - in alcuni rari casi - chiedendo piccoli prestiti, elemento che conferma quanto già dichiarato da COOPI *"Per quanto riguarda il momento di avvio dell'attività autonoma le reti di connazionali non sembrano avere un ruolo decisivo"*

La maggior parte degli imprenditori intervistati dichiara di essersi mosso in modo autonomo, di aver agito senza alcun punto d'appoggio interno. Molti sono piuttosto netti nel dichiarare come l'esercizio dell'attività d'impresa richieda requisiti che non hanno nulla a che vedere con il rapporto d'amicizia

"Non esiste qualcuno che ti possa aiutare a fare impresa" (Y.K.)

"Ho fatto da solo, gli amici li invito per eventi o altro, non mi hanno aiutato" (A.Z.)

"Non ti danno una mano per mandare avanti la ditta perché non hanno gli strumenti" (L.A.)

"Avevo e ho legami con la mia comunità, ma sono legami personali. Non ho mai coinvolto nessuno in questa attività (...) non c'è stato un aiuto della comunità marocchina per iniziare l'attività" (M.E.A.)

Ecco dunque come *"L'avvio di un'attività autonoma non rappresenti necessariamente un elemento di rafforzamento o miglioramento delle relazioni con i propri connazionali nel paese di approdo."* I network relazionali rientranti entro la comunità d'appartenenza sono considerati centrali per ragioni di tipo principalmente personale oppure perché - nel caso di alcuni imprenditori - costituiscono la rete di contatti entro la quale si individua la quota più significativa della propria clientela: si tratta soprattutto di quelle attività aventi una forte componente "etnica": gastronomie, agenzie di viaggio, macellerie

"La comunità immigrata in Piemonte non ha un ruolo di appoggio se non come clienti principali" (M.E.A.)

"Non ho avuto nessuna rete che mi ha aiutato nell'apertura dell'impresa, solo mio padre, la comunità marocchina non ha avuto nessun ruolo (...) l'unica cosa è che la comunità marocchina sono i miei principali clienti qui, per l'80%" (Y.A.)

Evinciamo dunque l'esistenza di **legami tendenzialmente deboli con la comunità per quanto concerne il sostegno a dinamiche di tipo imprenditoriale**: emerge ancora una volta, chiaramente, come gli interpellati

distinguano nettamente tra il proprio ruolo di imprenditore ed il proprio ruolo in seno alla comunità, evitando sovrapposizioni tra le due aree

"A livello lavorativo, economico non serve un ruolo della comunità d'origine. Solo qualche legame limitato perché nel mese del Ramadan, per i bisognosi, regaliamo alle moschee del pane, dei dolci e altri prodotti. Quando serve ho anche investito dei soldi, ad esempio per la moschea (...) mi rifiuto però di mischiare l'attività economica con quella religiosa. Il business è una cosa, la religione un'altra" (Y.K.)

Chiaramente non si intende mettere in dubbio l'esistenza di un capitale sociale significativo e ricco all'interno delle comunità di appartenenza degli interpellati. Si tratta di network relazionali comunque importanti, fondati su principi solidaristici, di mutualità e reciprocità, agiti però in sfere differenti da quello professionale/imprenditoriale

"La comunità marocchina potrebbe essere anche di aiuto un giorno, ma oggi non ne sento un forte bisogno, ma è chiaro che per la comunità sono un punto di riferimento e anche loro sanno che se hanno bisogno io, noi ci siamo" (Y.A.)

Diverso invece il rapporto intercorrente per alcuni con la comunità italiana legata al Paese di destinazione. Numerosi coloro che affermano di aver ricevuto sostegno da parte dei conoscenti di origine italiana, in particolar modo facendo leva sui loro network relazionali di tipo professionale, sulle loro conoscenze

"(...) una mia fornitrice, un'italiana, le ho chiesto io per poter cambiare l'attività da telefonia a servizi (...) allora mi ha fatto conoscere altra gente che lavora nel settore turistico e oggi lavoro anche io con loro" (A.M.)

"Nella creazione della ditta ci hanno consigliato alcuni amici, soprattutto Caterina, un'amica che lavora in un laboratorio di analisi. Grazie a lei ho potuto avere un biologo bravo (...) per fortuna mi ha aiutato lei (...) gli italiani è già diverso perché conoscono, hanno i contatti, sanno magari di burocrazia" (L.A.)

"Devo ringraziare il sostegno della famiglia torinese di architetti che mi ha dato la possibilità di andare avanti nei progetti, e sono tutt'ora presenti" (A.J.)

Si evince dunque un **certo individualismo imprenditoriale**, lo sviluppo di un approccio orientato principalmente al conseguimento del risultato e quindi teso a **valorizzare le relazioni funzionali** a tale obiettivo. Se la catena migratoria e la rete di connazionali costituiscono un fattore di importanza centrale per la fase dell'arrivo, dell'orientamento e dell'inserimento socio-lavorativo entro il Paese di destinazione, sembra poi che tali elementi riducano la loro importanza nel seguito del percorso professionale, soprattutto qualora il soggetto decida di avviare un percorso di impresa. In tal caso la sua "identità anagrafica" viene scavalcata da una "identità imprenditoriale" che sembra agire secondo logiche diverse, indipendenti dall'origine dell'imprenditore stesso.

5.4.3. Il tessuto associativo

Per la maggior parte degli imprenditori interpellati il rapporto con l'associazionismo è visto in chiave profondamente critica. Scarsa partecipazione, distacco, disinteresse, limitata propensione all'azione collettiva accompagnata da scarsa conoscenza e debole fiducia nel tessuto associativo: **il mondo dell'imprenditoria e il mondo dell'associazionismo vengono percepite come due realtà prive di dialogo**, prive di punti di contatto.

L'associazionismo viene visto come soggetto avente una natura, una *mission*, delle caratteristiche lontane da quelle utili a supportare un imprenditore nell'avvio o nell'esercizio della propria attività. I problemi rilevati attraverso le interviste sono di varia natura, ma principalmente riconducibili alla percezione di uno scarso **livello di maturità del tessuto associativo locale**, basso livello di strutturazione, debolezza interna da intendersi anche quale debolezza finanziaria.

Attraverso lo sguardo degli imprenditori intervistati si percepisce una realtà associativa che conferma la fotografia che abbiamo scattato dell'associazionismo all'interno del capitolo precedente, descrivendo prevalentemente le associazioni come realtà "in transizione", le cui caratteristiche riemergono nelle parole degli intervistati.

Lo scarso livello di strutturazione delle associazioni presenti localmente, l'assenza di una buona organizzazione interna, la mancanza di una specifica *mission* legata al mondo dell'impresa, sono fattori che pongono tali soggetti in una posizione di debolezza agli occhi degli imprenditori. Anche l'assenza di opportune competenze e conoscenze in materia economico/imprenditoriale risulta essere un fattore che dissuade l'imprenditore dallo sviluppare rapporti con il tessuto associativo locale: in sintesi sembra che le **associazioni cui si riferiscono gli imprenditori interpellati manchino della necessaria "credibilità"**

" (...) non esistono associazioni marocchine che oggi possano davvero aiutare un imprenditore, non sono strutturate e non hanno nemmeno i finanziamenti per pagare un consulente professionista (...) non hanno una progettualità, nessuna persona di riferimento attendibile (...) un'associazione per essere attiva deve essere prima di tutto strutturata (...) gli altri enti hanno delle quote di iscrizione troppo alte" (M.D.)

"Nessuno ha un ruolo nel sostenere l'avvio di attività economiche. Questo perché tutte le associazioni sono inefficienti. L'associazionismo qui (riferito alla realtà di Torino e dell'Italia in generale) è un po' scarso, nessuno è di aiuto ai connazionali nel fare impresa. (Y.T.)

"Le associazioni non possono aiutare nella formazione di un'impresa quando sono costituite da gente che non ha le competenze necessarie" (N.M.M)

Dalle interviste fatte si evince come l'imprenditore ragioni in termini di efficacia ed efficienza, di utilità rispetto al perseguimento dei propri obiettivi: l'associazione

viene o verrebbe interpellata solo qualora fosse in qualche modo utile, necessaria a fini pragmatici

"Non ho avuto necessità di coinvolgere le associazioni e tutt'ora non ho nessuna collaborazione" (A.J.)

Le associazioni – sia quelle etniche che, a detta di alcuni, anche le altre - sono descritte come inattive, tendenzialmente poco consistenti e poco concrete, prive di spessore, facilmente costituibili, dunque numerose, frammentarie e piuttosto superficiali nelle modalità d'azione

"Non collaboro con le associazioni perché non ho ancora visto nessuna associazione attiva veramente (...) uno si sveglia la mattina e decide di creare un'associazione, fa lo Statuto, va a registrarlo, diventa Presidente e basta (...)” (M.D.)

" (...) a 15 anni ho interrotto i miei rapporti con le associazioni, non credo che esistano delle vere associazioni, di nessuna nazionalità” (A.Z.)

"Loro, le associazioni, interpellano, contattato, ma poi non esistono possibilità concrete e reali di collaborazione” (N.H.)

Il principale settore di impegno che le vede coinvolte è quello socio-culturale – comunque fortemente criticato - mentre esse non paiono possedere gli strumenti necessari per poter agire in altri ambiti

"Le associazioni si occupano solo del folklore (...) le associazioni presentano il Marocco secondo stereotipi (...) sembra che siamo indietro di 7-8 secoli (...)e poi comunque le associazioni non sono imprenditori, non capiscono, non capirebbero (...) Io non ho mai preso contatti con questi, ho fatto sempre da solo. Secondo me non esiste proprio un'associazione che possa aiutare gli imprenditori. Come potrebbe?” (N.H.)

"Ci sono molte associazioni, molte sono molto settoriali: alcune insegnano arabo ai bambini, altre gestiscono moschee, e non fanno altro. E comunque non è che facciano molto” (Y.T.)

Proprio questa vocazione principalmente "socio-culturale" del tessuto associativo locale è causa del disinteresse manifestato da alcuni imprenditori, ricondotto anche alla loro scarsa disponibilità di "tempo libero": l'imprenditore non ha tempo di intrattenere rapporti con le associazioni

"Non ho fatto parte né faccio parte ora di un'associazione di migranti. No perché non mi piace, non ho affinità con questi temi perché ho una cultura francese. E poi non ho tempo” (N.M.M)

Molti gli imprenditori che si limitano a negare il loro coinvolgimento nel tessuto associativo locale, mentre altri approfondiscono le ragioni del loro mancato coinvolgimento evidenziando un netto distacco da esse: non apprezzano il loro

modo di agire, che viene contestato da alcuni perché scarsamente pragmatico e da altri per ragioni di correttezza etica e coerenza

"Mai avuto rapporti con le associazioni marocchine, voglio stare tranquillo e non mi piace il modo di agire delle associazioni, non fanno mai proposte di lavoro concrete" (B.K.M)

"(...) un'associazione dovrebbe sempre avanzare con la schiena dritta, non scendere a nessun tipo di compromesso, ma spesso non lo fa" (N.H.)

"Non sono coerenti con quanto dichiarano, sono ipocriti, sono finte. Anche a me molti commercialisti hanno suggerito, al momento di avvio della mia attività, di aprire un'associazione e non un'attività economica, per semplicità amministrativa, ma non mi sembra giusto" (A.Z.)

Il quadro delle associazioni dipinto dagli imprenditori è dunque piuttosto negativo e critico, ma si evincono comunque dei margini di miglioramento, prospettive di crescita ed evoluzione: è lecito dunque interrogarsi a partire da ciò, cercando di comprendere quali possano essere gli strumenti idonei per sostenere ed accompagnare questo processo di miglioramento. Il progetto entro cui tale ricerca si colloca intende proprio muoversi in questa direzione, fungendo da leva per la promozione di un percorso di rafforzamento del tessuto associativo locale nonché come spazio di dialogo ed interazione tra imprenditori ed associazioni

"Le associazioni potrebbero anche avere un ruolo più forte, ma adesso non sono capaci di farlo (...)certo chiaramente se ci fossero associazioni meglio funzionanti avrei potuto avere più facilmente informazioni attraverso altri canali" (N.H)

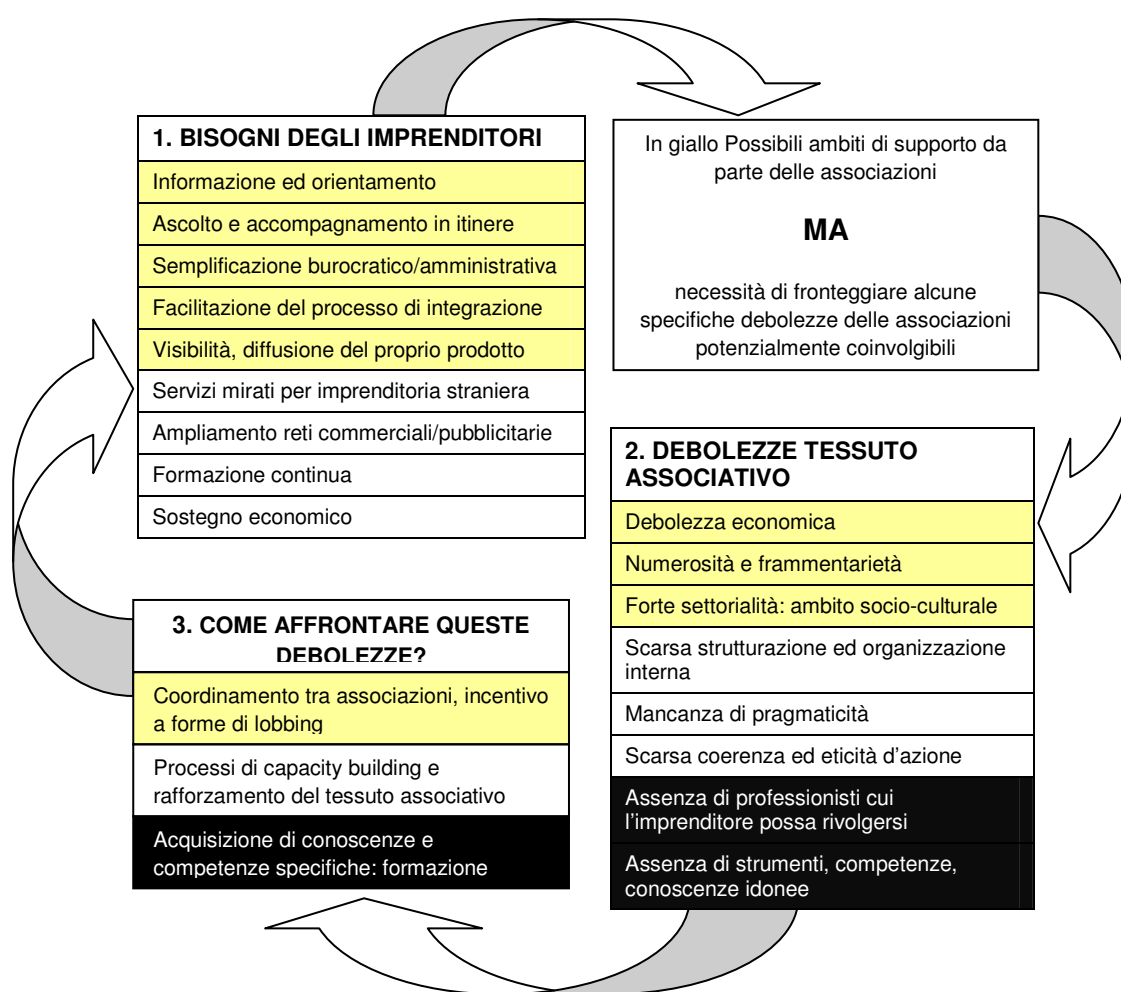
Esistono tuttavia casi eccezionali di sinergia tra attività d'impresa e associazione, ma questo sembra verificarsi soltanto quando le due iniziative hanno la medesima genesi, quando il titolare dell'impresa ha, per suo personale interesse/vocazione, un'apertura per il mondo dell'associazionismo. Si tratta di persone risorse sulle quali investire, di soggetti che hanno colto un punto di incontro e di dialogo tra le due realtà, possibili portavoce dei bisogni degli imprenditori all'interno delle associazioni e leva utile ad avviare un percorso di avvicinamento, di collaborazione tra i due soggetti

"I membri della cooperativa sono anche membri dell'associazione, del Centro culturale Dar Al Hikma. C'è forte connessione, legame tra le due cose" (Y.T.)

"Un'associazione può dare un accompagnamento, che servirebbe enormemente. Questo è quello che dovrebbe fare l'associazione, e questo è quello che faccio io nel mio doppio ruolo, un po' di professionista e un po' di associazione" (M.D.)

5.4.4. Quali i suggerimenti per un ruolo più significativo delle associazioni?

A partire dai bisogni manifestati dagli imprenditori al paragrafo 3.1 ed in funzione delle principali critiche mosse dagli stessi in merito a struttura ed operatività del tessuto associativo locale, si è tentato qui di seguito di elaborare una rappresentazione grafica utile ad **individuare gli ambiti ove sia possibile immaginare un ruolo più significativo delle associazioni etniche locali**, evidenziando inoltre in sintesi quali siano le principali debolezze a cui queste debbono far fronte prima di poter rivestire tale ruolo.



All'interno del grafico, la tabella 1 sintetizza i principali bisogni manifestati dal bacino di imprenditori interpellato, evidenziando in giallo quelli che – alla luce dei dati sin qui raccolti – potrebbero essere in qualche misura affrontati con la collaborazione delle associazioni locali, scarsamente interpellate dagli imprenditori stessi poiché caratterizzate da limiti e debolezze (cfr. tabella 2). Abbiamo provato ad identificare allora possibili piste di intervento (cfr. tabella 3) tese ad affrontare ciascuna delle debolezze individuate, accorrandole per tipologia e dandone una rappresentazione cromatica, nello specifico:

- **in grigio** le debolezze che riguardano a livello macroscopico l'insieme delle associazioni, e che ipotizziamo possano essere affrontate agevolando forme di coordinamento al fine di mettere in rete competenze, differenziare ruoli in un'ottica di complementarità, facilitare collaborazioni tra enti nell'ottica di evitare un'eccessiva dispersione di energie e facilitare al contrario meccanismi di lobbying;
- **in bianco** le debolezze che concernono specificamente la genesi ed il processo di maturazione della singola associazione, limiti che potrebbero essere affrontati tramite percorsi tesi al rafforzamento del singolo ente lavorando sulla logica associativa in quanto tale;
- **in grigio scuro** invece le debolezze che precludono alle associazioni la possibilità di offrire forme di supporto ad alcuni bisogni degli imprenditori, oggetto specifico del nostro interesse, debolezze colmabili rendendo le associazioni più competenti, portatrici di informazioni e conoscenze basilari in materia di impresa.

Riteniamo infatti che la compensazione di alcune specifiche debolezze - ad esempio tramite di percorsi di formazione/accompagnamenti mirati - potrebbe rendere le associazioni degli interlocutori più credibili e competenti agli occhi degli imprenditori, ed accrescere dunque dialogo e margini di collaborazione tra queste due categorie di soggetti, innescando così dei meccanismi di reciproca utilità.

5.6. Le imprese transnazionali

Coerentemente con le premesse della presente ricerca abbiamo deciso di considerare il transnazionalismo d'impresa in tutte le sue possibili declinazioni, sia forti che deboli, andando quindi ad indagare, entro il campione delle attività individuate, non soltanto l'esistenza di rapporti economico/commerciali dell'imprenditore con il Paese d'origine, ma considerando anche le influenze (ad esempio culturali) che questo esercita sull'attività imprenditoriale basata in Italia.

Linea di demarcazione che abbiamo utilizzato per distinguere tra "transnazionalismo forte e debole" è la **presenza di un effettivo e concreto rapporto di "scambio" con il Paese d'origine**, l'esistenza dunque di un legame che vada oltre il semplice trasferimento di conoscenze/competenze. Come evidenzieremo meglio nei paragrafi successivi sono molte le imprese intercettate che non soddisfano questi requisiti; le imprese che invece sono considerabili come "effettivamente transnazionali" sono meno numerose, ma nonostante siano quantitativamente ridotte, occorre evidenziare come siano comunque significative: si tratta infatti di esempi pratici, e ci auspichiamo replicabili, di come - pur in un periodo di crisi economica quale quello attuale - alcuni soggetti abbiamo saputo valorizzare la loro origine ed i loro network relazionali per poter riuscire a ricavare una nicchia di mercato entro la quale operare con successo.

5.6.1. La debolezza del transnazionalismo forte

Dalle interviste condotte al campione di imprenditori di origine marocchina in Provincia di Torino si rileva, a conferma di quanto già affermato all'interno dello studio "L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino" e riprendendo quanto già affermato in precedenza, come **molte delle attività analizzate non posseggano significative componenti transnazionali di tipo forte**, pur facendo capo a soggetti di origine straniera per i quali il transnazionalismo potrebbe essere una carta di successo e di competitività. Si registrano cioè forme di "transnazionalismo debole in un panorama di individui concentrati perlopiù sul consolidamento dell'attività economica e sull'assestamento della famiglia in Italia"¹¹⁵.

Tra le 66 imprese contattate sono ben 31 - 21 attività nel settore alimentare (macellerie, gastronomie, panetterie etc), 7 ristoranti e 3 attività commerciali - **quelle che dichiarano esplicitamente di non avere alcun rapporto economico** con il Paese d'origine e soprattutto di non procedere all'importazione di nessun prodotto direttamente dal Marocco, pur dedicandosi però proprio al commercio di tali merci anche in virtù della presenza ormai significativa e consolidata di connazionali, importante bacino di domanda di prodotti etnici. Essi sottolineano il fatto **che praticare in modo diretto attività di importazione non sia conveniente** e dichiarano, al contrario, di avvalersi in modo pressoché esclusivo di soggetti terzi che importano grossi stock di merci, poi distribuite ai differenti rivenditori del nord Italia. Sono poi questi stessi negozianti che, a loro volta, riforniscono molti dei ristoratori etnici locali, anch'essi spesso privi di diretti rapporti di importazione con il Paese d'origine

"L'ordine oggi passa spesso tramite questi commercianti, che garantiscono qualità e provenienza dei prodotti (...) mi rivolgo a commercianti di fiducia che importano prodotti di qualità" (N.H. - 7)

"(...) compriamo molto da qui, dai fornitori di Porta Palazzo che sono ben attrezzati, hanno tutto" (Y.T.- 10)

"(...) per il minimarket importo prodotti necessari per i piatti tipici maghrebini, attraverso fornitori di Casablanca che arrivano spesso su Genova, una volta al mese circa (...) per il trasporto faccio affidamento su un corriere che fa avanti e indietro tra il Marocco e l'Italia" (Y.A. - 14)

Alla base di ciò vi sono ragioni organizzative, burocratiche ed economiche: l'importazione di prodotti dal Marocco, specie se alimentari, è una pratica piuttosto complessa e costosa, intorno alla quale si è man mano creata una nicchia di mercato sostanzialmente monopolizzata da due categorie di attori:

¹¹⁵ Fieri, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino*, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino, 2008, p. 7

- **grossisti** - la cui attività è principalmente basata su Milano - che si occupano di importazione regolare, legale, su grande scala di prodotti etnici e della loro successiva commercializzazione ai singoli rivenditori;
- **navette di trasportatori, legali e/o abusivi** che, attraverso furgoni, importano merci dal Marocco all'Italia e viceversa, per poi smerciarle ai vari negozianti locali.

Tale secondo canale di natura informale - pur rappresentando un fenomeno illegale e sommerso - è da un lato comprensibile per via delle difficoltà economiche attuali e della complessità nella gestione di un'attività regolare, ma rappresenta altresì un ostacolo - oggetto di condanna e denuncia - per quegli imprenditori che invece hanno fatto dell'importazione legale il focus della loro attività

"Ho saputo che a Torino ci sono dei marocchini che con furgone fanno da navetta, e se l'asl facesse il suo lavoro (ma non lo fa) ritirerebbe tutto perché quei prodotti non sono a norma (...) tutti lasciano fare, e a noi ci fanno tutti concorrenza sleale perché noi paghiamo le tasse e loro no (...) io non è che non voglio la concorrenza, ma la voglio leale (...) i prodotti vengono venduti illegalmente anche perché manca della gente che faccia i controlli. Non sanno quando un prodotto non rispetta i canoni (...) chi fa i controlli non ha una formazione adeguata" (N.M.M - 12)

Anche una specifica categoria di imprese - le **agenzie viaggio** - che per loro stessa natura dovrebbero essere proiettate alla definizione di attività di matrice transnazionale, nella totalità dei casi interpellati (8 imprese) si limitano ad effettuare il **servizio di biglietteria** (aerea e/o navale), rivolgendosi principalmente ad una clientela marocchina. E' nelle intenzioni di molti intervistati aprirsi all'erogazione di "prodotti turistici di impronta transnazionale", capaci di valorizzare le relazioni dell'imprenditore con il Paese d'origine, ma tutti dichiarano di voler attendere che i tempi siano maturi e che siano stabilite relazioni fiduciarie stabili con partner economico/commerciali nel Paese di provenienza

"La mia idea di partenza non era solo fare biglietteria, ma dare dei servizi turistici, però fino ad ora non ho trovato le persone giuste che possono essere interessate a fare questo lavoro (...) organizzare viaggi non è facile perché devi avere fiducia perché mandi il cliente in un posto che non sai dov'è. Devi avere la certezza che questo cliente torna soddisfatto. Anche in Marocco ho dei contatti, a Merzouga, ci sono possibilità di creare un pacchetto viaggio, ma bisogna lavorarci" (A.M.)

Investire in attività economiche di matrice transnazionale è particolarmente oneroso ed impegnativo per l'imprenditore: richiede network relazionali stabili, un capitale sociale forte e consolidato, legami diretti e continuativi con il Paese d'origine, per alimentare i quali occorrono energie e risorse, sia umane che economiche. Occorre disporre della capacità di sfruttare opportunità imprenditoriali "qua" e "là": *"Uno degli elementi di debolezza delle iniziative di investimento nei Paesi d'origine consiste nella difficoltà a creare rapporti fiduciarie, stabili e densi tra gli stessi migranti e i contesti di approdo e di*

origine, a livello transnazionale (...) La maggior parte delle attività non implicano perciò azioni economiche "a carattere circolare e multisituato". È stato infatti sottolineato come lo sviluppo di tali imprese richieda un livello di capitale finanziario, sociale, relazionale e professionale, che non può che limitare l'esperienza a una parte delle comunità emigrate"¹¹⁶.

In alcuni casi imprenditoriali esaminati sembra delinearsi la necessità di **"una molla, di una spinta" per poter "fare il passo verso una dinamica imprenditoriale più transnazionale"**. Rispetto a ciò ci poniamo dunque un interrogativo, cui auspichiamo che la presente ricerca ed il progetto in cui essa è inserito possano contribuire a dare una risposta: quale ruolo potrebbero ricoprire le associazioni etniche nell'innescare e facilitare tale percorso?

5.6.2. Buone pratiche di imprese transnazionali

Sono 9 gli imprenditori – entro il bacino dei 66 interpellati - che riteniamo possano essere definiti titolari di imprese **"a forte transnazionalismo"** e che abbiamo identificato quali storie di successo particolarmente significative. Il principale criterio adottato nella selezione di queste 9 buone pratiche è stato il fatto che tutte queste siano caratterizzate dalla presenza di **solidi legami con il Paese d'origine** (non semplicemente di tipo culturale), attività il cui "plus valore" è correlato alla costruzione ed al mantenimento di legami di scambio e collaborazione costante con il Marocco. Si tratta di attività facenti capo a settori merceologici differenti: commercio (campo predominante con 7 imprenditori coinvolti), artigianato (2 imprenditori) e consulenza (1 imprenditore).

Sono i **rapporti di import/export** il principale elemento che qualifica come transnazionali le imprese sopra menzionate: **8 imprenditori su 9 importano dall'estero oggetti o beni** (alimentari, cosmetici, di arredamento, materie prime per il lavoro artigianato) che poi utilizzano per l'esercizio della loro attività in Italia. In 7 casi si tratta di soggetti la cui attività si caratterizza etnicamente rispetto al prodotto utilizzato/commerciato – proveniente dal Marocco - e non rispetto al mercato che - pur vedendo una significativa presenza di acquirenti di origine marocchina – presenta quote altrettanto significative di clientela di altre origini

"Abbiamo e continuiamo ad avere fortissime relazioni con il Marocco, tutto ciò che vedi qui nel negozio, tutta la materia prima la portiamo da lì, a parte il legno tutto il resto lo importiamo direttamente noi, materiale per fare i divani, i tavoli, tende, tutto è importato dal Marocco" (M.E.A)

"Ho rapporti con il Marocco, da lì prendo vari prodotti, importo tajine, quadri, forni elettrici, cinture di pelle e altri oggetti che poi espongo qui nel mio locale (...) quando devo comprare la merce vado sul posto

¹¹⁶ Fieri, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino*, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino, 2008, p. 106

direttamente da solo e importo i prodotti che più mi piacciono e che possono andare bene per i clienti di Torino (...)" (Y.A.)

"Ogni mese e mezzo vado in Marocco per prendere calce idraulica, oggetti di arredamento, cose che mi servono per i mosaici. Lì ho dei miei amici che lavoravano in passato con me e mi aiutano, che adesso sono artigiani in proprio e lavorano nella zona di Marrakesh" (A.M.)

Un altro dei 9 casi più significativi, invece, non si caratterizza sul piano etnico né a livello di mercato, né a livello di prodotto: il transnazionalismo di questo imprenditore non fa alcun riferimento all'origine marocchina dello stesso, ma si riconduce al fatto che la sua **attività sia "trasversale" a diversi Paesi**, tra cui anche il Marocco: dall'Olanda vengono importati prodotti di design di particolare qualità; in Italia ha sede l'attività e si concentra una parte della clientela e in Marocco l'imprenditore dispone di un'ulteriore ampia fetta di mercato e spera di poter avviare un'attività "gemella" di quella già esistente a Torino.

I rapporti economico/commerciali con altri Paesi europei – in particolar modo con la Francia - sono citati anche da altri imprenditori: si tratta principalmente di piccole nicchie di mercato dove si trova una quota parte della clientela di riferimento.

"(...) abbiamo anche molti clienti di Chambéry" (M.E.A)

"(...) io vendo prodotti per Hammam (...) a privati in Piemonte, in Valle d'Aosta, in Italia, ma anche a Roma, Milano, in Francia e in Belgio" (N.M.M.)

Le relazioni transnazionali con il Marocco non implicano soltanto forme di importazione di prodotti poi venduti sui mercati europei, ma, in taluni casi, anche di **esportazione verso il Paese d'origine**: uno degli imprenditori intervistati si dedica infatti ad attività di importazione di prodotti tipicamente marocchini da vendere sul mercato italiano, e di prodotti italiani da vendere sul mercato marocchino. Si tratta di un modello idealtipico di imprenditore transnazionale, che ha saputo valorizzare ed utilizzare a proprio vantaggio tanto le proprie origini etniche quanto le possibilità che è in grado di offrirgli l'Italia, suo Paese di adozione

"Io da qui esporto prodotti per il pane verso il mio Paese d'origine e vendo a chiunque, ai privati e all'ingrosso (...) oltre che prodotti per il pane esporto anche il Parmigiano, che compro direttamente da Parma. Dal Marocco porto solo degli yogurt famosi di nome raybi jamila (...) ma sto lavorando per iniziar e un vero rapporto tecnico per imparare ed esportare nuove forme di produzione di dolci" (Y.K.)

Chiaramente non sono soltanto "beni materiali" quelli che possono essere fatti transitare attraverso i network economici e relazionali che gli imprenditori hanno saputo mantenere, e/o costruire, su scala transnazionale: nella totalità dei casi considerati esiste anche uno **scambio di competenze, conoscenze, di informazioni, spesso di utilità bilaterale e** capaci di esercitare influenza su ambedue le realtà

"In Marocco i miei fratelli portano avanti un'impresa identica e con loro collaboro costantemente (...) è importante anche scambiare pareri, opinioni e tecniche di produzione sui divani (...)" (M.E.A)

"Mi piacerebbe portare in Marocco ciò che ho appreso in Italia, per esempio quello che ho imparato dal corso di formazione che ho fatto sulla resina" (A.M.)

In relazione a quest'ultimo punto evidenziamo come uno degli imprenditori intervistati abbia fatto dello scambio di **competenze, conoscenze, consulenze** di tipo commerciale/economico il focus della propria attività, rendendole **la sua principale "merce di scambio"** a scavalco tra Italia e Marocco: costui ha infatti aperto uno studio di consulenza che accompagna i potenziali imprenditori marocchini (o comunque di origine straniera) ad investire in Italia, e simmetricamente accompagna i potenziali imprenditori italiani ad investire in Marocco. Egli dispone di un "pacchetto di conoscenze" che ha saputo costruirsi vivendo "un po' qui e un po' lì": forti i legami di cui dispone in ambedue i territori, che sa valorizzare di volta in volta e rispetto ai quali sa orientare i propri clienti; importanti le potenzialità future del suo business, soprattutto in ragione delle politiche economiche di incentivazione degli investimenti avviate dal governo marocchino. Il prodotto che egli vende è immateriale, astratto: egli vende il suo servizio, le sue competenze, i suoi contatti e dunque, in un certo senso, contribuisce ad un generale ampliamento di network relazionali transnazionali

"La cosa è andata bene perché era anche un'iniziativa nuova (...) Per gli imprenditori che mi chiedono mi occupo di prendere contatti in Marocco, li accompagno in tutte le fasi e per tutte le pratiche, ho preso contatti con degli enti di lì e con altre persone" (M.D.)

Importante evidenziare come alcune delle pratiche di imprenditoria transnazionale sopra menzionate siano da considerarsi particolarmente degne di nota anche per il tipo di **impatto che si propongono/ che sono in grado di esercitare sul Paese d'origine**, contribuendo alla **promozione dello sviluppo socio/economico dello stesso**. L'importazione di beni "etnici" prodotti in Marocco costituisce un importante fattore di dinamizzazione del mercato del lavoro locale, spesso peraltro a vantaggio delle componenti più deboli della popolazione, in primis le donne. Inoltre questo tipo di relazione incide positivamente sulla qualità delle produzioni realizzate di cui si incoraggia un miglioramento poiché, essendo destinate ai mercati europei, sono soggette a controlli igienico/sanitari più serrati. Inoltre è **la creazione stessa del legame**, della relazione tra i due Paesi **che consente poi, per sua stessa natura, un flusso bilaterale di saperi**, di conoscenze, di suggerimenti e di idee

"Con la mia attività sostengo delle aziende e cooperative marocchine locali: tutta merce prodotta là, in loco. Arrivano con un corriere da Lione a Torino" (N.M.M)

"Per il tramite di questi rivenditori si sta incidendo in modo positivo anche sul tessuto socio-economico marocchino: molti giovani là non

chiedono altro che poter lavorare. Con le richieste di importare prodotti di qualità dall'Italia si muove un business che sprona anche loro ad avviare produzioni di qualità" (N.H.)

"In Marocco abbiamo le cooperative, noi lavoriamo anche nel solidale, questo è molto importante perché l'olio di argan fa parte dei prodotti solidali nel senso che aiutano le donne marocchine a svilupparsi e a lavorare (...) noi tramite le cooperative prendiamo l'olio (...) nessuna delle cooperative è in grado di esportare il prodotto da sola, quindi le diciamo noi come devono fare, come deve essere il prodotto" (L.A.)

Alcuni degli imprenditori intervistati, seppur non molti, hanno dunque colto – al di là delle iniziali difficoltà di inserimento entro il tessuto sociale del Paese di destinazione - il **"plus valore" della loro condizione di immigrati**, le opportunità che questa loro particolare condizione è in grado di offrire alla loro attività per incrementarne il livello di competitività e per migliorarne il posizionamento sul mercato. Alcuni di essi ragionano ormai in un'ottica "globale", cercando di **sfruttare appieno le opportunità che ogni territorio è in grado di offrire al potenziale investitore**

"A dir la verità l'essere straniero mi ha aiutato perché (...) il fatto di essere di Agadir e quindi del posto mi aiuta di più perché la gente ti crede di più" (L.A.)

"Le attività che penso di ingrandire nel futuro sono sicuramente anche quelle con il Marocco (...) nei nostri tempi ormai non esiste più la distanza, per andare fino a Casablanca con l'aereo ci vuole pochissimo tempo e il volo oggi costa meno che viaggiare in macchina, quindi il mondo si è come rimpicciolito, non esiste più la distanza (...) posso aprire un'attività in Marocco, in Belgio, o anche in un altro Paese, ormai non c'è più problema legato alla lontananza" (Y.K.)

L'imprenditore migrante si identifica dunque quale "nodo" fondamentale di un network relazionale transnazionale che è in grado di esercitare influenza e di incidere positivamente tanto nel Paese di origine quanto in quello di approdo. **E' su tali soggetti che la cooperazione internazionale** – oggi più di ieri – **dovrebbe investire**, in un'ottica di dialogo, di complementarietà e di sussidiarietà tra il settore pubblico e il privato, tra il profit ed il no profit: si tratta infatti di attori che, pur nel perseguimento di propri obiettivi differenti, tendono ad incidere sullo sviluppo socio/economico tanto dei territori di provenienza quanto di quelli di destinazione. In quest'ottica il migrante è *"agente di sviluppo in quanto portatore, a seguito dell'esperienza migratoria, di un notevole potenziale umano, finanziario e sociale (...) senza insistere sul fatto che essi ritornino fisicamente nel proprio Paese (...) si deve insistere sulla loro capacità di influire come imprenditori immigrati sullo sviluppo delle loro comunità d'origine"*¹¹⁷. Da questo punto di vista potrebbero sicuramente giocare un ruolo importante le associazioni etniche, qualora venissero debitamente rafforzate rispetto ai limiti enunciati dagli imprenditori: esse

¹¹⁷ Fondazione Ethnoland, *Immigrati imprenditori in Italia*, Edizioni Idos, Roma, 2009, p. 21

potrebbero infatti identificarsi quale attore "accompagnatore" di processi imprenditoriali transnazionali, nonché ponte, canale di dialogo, strumento di facilitazione della cooperazione tra tali differenti soggetti, soggetto collettivo impegnato "a scavalco tra due Paesi":

"(...)la scommessa centrale è quindi legata alla possibilità di passare da una visione del migrante centrata soltanto sulla figura del beneficiario di servizi a quella di collaboratore nel proporre tentativi di risposta comuni. Anche per questo motivo è necessario continuare ad investire nelle attività di empowerment e di rafforzamento delle competenze delle associazioni dei migranti Nei processi di co-sviluppo giocano un ruolo essenziale le associazioni di migranti (...) le iniziative di co-sviluppo si pongono come occasioni per creare dei veri laboratori interculturali fra gli operatori delle diverse organizzazioni coinvolte (...)"¹¹⁸

5.6.3. Storie di successo

Dopo aver fornito una visione generale delle buone pratiche imprenditoriali transnazionali mappate (paragrafo 5.2) proviamo qui di seguito offrire, di ciascuna di esse, una **fotografia dettagliata**, dando conto degli elementi caratterizzanti delle stesse e dei fattori di forza di ciascuna.

Benel Khattab Mounir
Negoziò di artigianato "Al Kasbah"
Via Borgo Dora 22/D –Torino
www.ilovebalon.it/mounir

Viene aperto nel 2002 da parte dell'imprenditore che tutt'ora lo gestisce e che in precedenza aveva maturato un'esperienza come artigiano del legno. Ha investito nell'attività i suoi risparmi, senza beneficiare di nessuna forma di finanziamento.

Il negozio, nel suo allestimento, riflette la tipica atmosfera marocchina. Si colloca nel cuore di uno dei quartieri più multietnici della città si focalizza sull'importazione dal Marocco di oggetti, suppellettili e arredi tipici, rivendendoli poi sul mercato torinese. Non ha contatti con le associazioni, né ne vuole avere perché le considera poco pragmatiche.

Peculiarità:

- Legame diretto con il Paese d'origine: costanti trasferte in Marocco per rifornirsi della merce da vendere
- Disponibilità di un network di relazioni professionali ampio e diversificato (anche in termini geografici) in Marocco
- Forte impronta etnica a livello di prodotto

¹¹⁸ Fondazione Leone Moressa, *Rapporto Annuale sull'economia dell'Immigrazione*, 2013, Il Mulino, Bologna, p. 174-175

Abdul Jouad
Negozi "FUL FUL Design"
Via Saluzzo 51 – Torino
www.fulfuldesign.it

Viene aperto nel 2001 da parte di un giovane ragazzo di origini marocchine che - grazie alla relazione professionale ed amicale costruita con una famiglia di architetti torinesi - si introduce nel mondo del design. Inizia come dipendente e poi rileva l'attività, che attualmente è sua. La transnazionalità che caratterizza la sua impresa è multilaterale: importa prodotti di arredamento e di design da Paesi UE e poi li rivende sia in Italia che in Marocco, ad una clientela di alto livello.

Peculiarità:

- Capitale relazionale: centrali i network relazionali costruiti in Torino
- Triangolazione economica: l'imprenditore ha individuato un possibile business transnazionale, a scavalco tra Europa, Italia e Marocco
- La capacità di scorgere le potenzialità di un business non necessariamente "connotato sul piano etnico"
- Interesse a costruire un rapporto con le associazioni quali canali di sostegno per partecipazione a fiere, incremento della propria visibilità sul mercato

Rachid El Yanoduzi
Elya Market e ElArabia Travel
Via Pininfarina 18 - Torino

Arriva in Italia nel 1994, e fino al 1997 lavora come dipendente. Ha iniziato il percorso imprenditoriale esportando macchine per il gelato in Marocco (intendeva aprire una gelateria in Marocco), per poi aprire invece a Cuneo una macelleria islamica e, a seguire, una serie di gastronomie che vendono prodotti tipici marocchini. Attualmente ne ha 4 tra Torino e Cuneo, e un'agenzia viaggi. I fratelli e la moglie collaborano con lui nella gestione delle attività.

Peculiarità:

- Ha saputo cogliere per primo nicchie di mercato inesplorate sviluppando una rete di attività eterogenee e rispondenti alla crescente domanda di beni e servizi della comunità marocchina locale
- Crede nel valore e nell'utilità dell'associazionismo: è Presidente dell'Associazione Speranza e Sviluppo, basata nel cuneese
- Connubio tra la vocazione imprenditoriale, network relazionali che mantiene in Marocco per l'esercizio delle sue attività e impegno nell'associazionismo

Yasine Kaidi
Panetteria pasticceria Dolci Arabi
Corso Giulio Cesare 6 - Torino
www.dolciarabi.it

Viene aperta nel 2012, dopo un'esperienza analoga in Belgio. Prende in mano un esercizio già esistente, ma fallito e lo rivitalizza con un limitatissimo investimento iniziale, "con 4 sacchi di farina e circa 600 euro". Oggi, dopo 2 anni, è un'attività strutturata e redditizia: ha 7 dipendenti e produce 900 quintali di pane ogni anno e migliaia di dolci. Importa prodotti tipici del Marocco, che poi rivende, nonché

tecniche e saperi connessi alla produzione di prodotti tipicamente marocchini, ed esporta in Marocco prodotti italiani.

Peculiarità:

- Messa a frutto e valorizzazione della sua "transnazionalità", cogliendo anche in Marocco una domanda di prodotti italiani cui cerca di dare risposta: visione globale del mercato
- Capacità di avviare un'attività redditizia con un investimento iniziale molto ridotto
- Volontà di costruire legami e forme di collaborazione con il tessuto associativo locale

Abdelouhahed Meziane
Tadelakt Marocco
Via Sesia 19 – Torino
www.tadelaktmarocco.it

L'attività nasce nel 2003. Il titolare acquisisce la professionalità necessaria lavorando come artigiano in Marocco, prima in forma dipendente e poi in proprio. Matura dunque specifiche competenze nell'arte del mosaico tradizionale marocchino, che poi esporta all'estero. Si trasferisce in Europa a fine anni '90, prima in Francia, poi in Belgio. Arrivato in Italia ottiene la sua prima commessa tramite una conoscenza fatta in Marocco. Si occupa di allestire e rivestire i bagni turchi e di realizzare mosaici tipici marocchini. Viaggia mensilmente in Marocco per importare oggetti di arredamento e materiali di lavoro, ma ha in mente di aprire un'attività in Marocco di vendita prodotti italiani.

Peculiarità:

- Network relazionale stabile con cui collabora professionalmente in Marocco
- Volontà di aprire un'attività in Marocco dove vendere prodotti italiani
- Trasferimento di competenze bilaterale tra Italia e Marocco

Mhamed El Ajbali
Salone di EL Ajbali
Via Andrea Pisano 5 - Torino

L'attività nasce nel 2009. Si occupa di produrre oggetti di arredamento tipici marocchini, con materie prime e modalità di lavorazione tradizionali, in particolar modo per quanto concerne la tappezzeria: divani, tende, tavoli etc. Mantiene solide relazioni con il Marocco, Paese da cui importa la maggior parte dei materiali necessari per il lavoro e con cui mantiene un costante scambio di saperi, competenze: i fratelli gestiscono infatti in Marocco un'attività analoga con la quale l'imprenditore collabora. Ha clienti anche in Francia.

Peculiarità:

- Trasferimento di competenze bilaterale tra Italia e Marocco
- Network relazionale stabile, familiare e professionale, con cui collabora in Marocco
- Valorizzazione di un'arte tradizionale marocchina, con creazione di una nicchia di mercato in crescita

Nadya Myriem Mahdada
Linea Delfino s.r.l.
Via Chieri 91, Andezeno (TO)
www.lineadelfino.it

L'attività nasce nel 2003. Il percorso professionale precedente l'avvio dell'impresa (agente commerciale per una ditta) consente alla titolare di acquisire competenze/costruire i network relazionali su cui potrà poi fare leva per l'esercizio dell'attività. Importa dal Marocco prodotti per il Bagno Turco, che poi rivende sul mercato italiano e europeo. Segnala come spesso l'importazione di prodotti cosmetici (olio d'argan e derivati) sia praticata in modo illegale, per lei fattore di concorrenza sleale.

Peculiarità:

- Legame diretto con un'azienda in Marocco che funge da collettore, imballatore di prodotti realizzati da diverse cooperative marocchine
- Trasferimento di competenze verso il Marocco, per ottenere prodotti di qualità
- Transnazionalità su scala globale: la titolare è di origini algerine, cresciuta in Francia, vive in Italia, intrattiene legami commerciali con il Marocco, Paese da cui importa e con altri Paesi UE dove esporta.

Achafi Layla
Argan Souss
Via Margotti 7/1, Sanremo (IM)
argansouss@hotmail.com

L'attività nasce nel 2013. I titolari - coppia di coniugi di origine marocchina - hanno un percorso professionale alle spalle come dipendenti. L'azienda si occupa di importare e vendere in Italia l'olio di argan che viene estratto e lavorato da alcune cooperative, gestite da membri del nucleo familiare, nella zona di Agadir, al sud del Marocco. La decisione di avviare l'attività nasce dall'aver scorto una nicchia di mercato in crescita in Italia cui dare risposta valorizzando una specificità produttiva del proprio Paese d'origine. Centrale la cooperazione stabilita a fini economici con il tessuto produttivo, cooperativo ed associativo marocchino.

Peculiarità:

- Capitale sociale in Marocco su cui fare leva a fini economici (network familiari e produttivi locali)
- Trasferimento di competenze verso il Marocco per ottenere prodotti di qualità
- Promozione dello sviluppo socio/economico dei territori con cui la ditta collabora. Possibile ruolo in progetti di cooperazione internazionale?

Mohamed Drhourhi
Studio Med Consulting
Corso Regina Margherita 118/A – Torino
marocco@walima.it

Arriva in Italia nel 1992 e lavora come dipendente. Successivamente apre un negozio di prodotti tipici marocchini, e poi consolida la sua attività nel campo del commercio analizzando i bisogni in crescita della comunità marocchina. Si iscrive all'Università di Torino, facoltà di economia, e studia a Lione dove consegue laurea

specialistica e dottorato di ricerca. Nel 2006 apre la sua attività di consulenza, contabilità, creazione d'impresa, servizi amministrativi e accompagnamento. Sostiene il potenziale imprenditore interessato ad investire in Italia, in Francia ed in Marocco. E' membro di un'associazione etnica locale, ma ritiene che il tessuto associativo etnico locale sia ancora troppo debole e poco strutturato.

Peculiarità:

- Scambio di competenze e non di beni: vende un servizio: vende la sua conoscenza del mondo dell'impresa in Italia, Francia e Marocco
- Ritiene centrale il ruolo del tessuto associativo, se debitamente strutturato e formato

5.6.4 La forza del transnazionalismo debole

Se da un lato è difficile parlare di transnazionalismo forte, dunque di legami commerciali ed imprenditoriali stabili tra l'imprenditore marocchino attivo in Italia ed il Paese d'origine, d'altra parte **sono invece molto diffuse forme di transnazionalismo debole** *"che sussiste a livello immateriale e simbolico (...) prevalente nelle macellerie bazar e nell'attività di pasticceria marocchina, denotate appunto come imprese etniche, dove il richiamo a sapori, ambienti, simboli, alla madrepatria è l'elemento centrale dell'attività stessa."*¹¹⁹

La maggior parte dei soggetti contattati pratica forme di transnazionalismo che possiamo definire debole, poiché ha caratterizzato la propria attività con elementi della propria cultura di appartenenza, fattori che costituiscono il valore aggiunto del prodotto offerto, distinguendolo dagli altri, elementi con i quali l'imprenditore permea la propria attività

"Il ristorante è nodo per la promozione di festival culturali della terra marocchina. Sono in contatto con l'Associazione Internazionale dei Nomadi, che ha sede in Marocco: loro propongono festival marocchini che poi replichiamo in Italia, per far conoscere la cultura marocchina qui." (N.H.)

"In Marocco i miei fratelli hanno un'attività identica e sono con loro in contatto, c'è forte legame di scambio di opinioni e tecniche sulla produzione dei divani" (M.E.A.)

"Certo nelle mie opere metto sempre la mia cultura, la mia origine, anche perché mi richiedono spesso quello: ad esempio adesso sto preparando lo studio grafico per degli inviti specifici da mandare nei Paesi arabi, negli Emirati, inviti scritti a mano, personalizzati (...) faccio delle produzioni di calligrafia (...) ovviamente questo è parte di me, della mia identità, quindi è chiaro che lo uso per le mie produzioni" (A..Z.)

Altri imprenditori invece hanno avviato forme embrionali di attività transnazionale, legate all'importazione di una gamma specifici e limitata di prodotti, o praticano

¹¹⁹ Fieri, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino*, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino, 2008, p. 105

informalmente l'attività: si tratta di soggetti che potrebbero, in prospettiva, rafforzare la transnazionalità della loro impresa, facendola diventare elemento caratterizzante del proprio business

"I prodotti che usiamo per il bagno turco e il ristorante li compriamo molto da qui, dai fornitori di Porta Palazzo, ma alcune cose specifiche vengono direttamente dal Marocco, sia prodotti alimentari che per l'arredamento" (Y.T.)

"Porto il miele qui, ma per adesso non tanto, poi lo rivendo ai miei conoscenti. All'inizio era solo un hobby, adesso vedo che piace. Ma per diventare un'attività vera servono troppi soldi, ci sono troppe tasse (A.A.)

Da questo punto di vista è ancora una volta lecito interrogarsi sul **ruolo che il tessuto associativo locale potrebbe avere nel supportare processi di rafforzamento del transnazionalismo delle imprese etniche**: potrebbero le associazioni favorire un consolidamento dei legami degli imprenditori con il loro Paese d'origine? Potrebbero facilitare/accompagnare processi imprenditoriali a scavalco tra il territorio di provenienza e quello di immigrazione, fungendo da ponte tra le due realtà? Potrebbero porsi quali interlocutori affidabili nello strutturare progetti di cooperazione internazionale che vedano il concorso di attori differenti, profit e non profit, pubblici e privati, nell'ottica di promuovere forme di sviluppo socio-economico bilaterali?

E' nel tentativo di incrociare le potenzialità ed i bisogni del tessuto associativo etnico locale con quelli degli imprenditori transnazionali che si è redatto questo dossier di ricerca, al fine di proporre linee guida e suggerimenti operativi utili sia all'implementazione delle attività del progetto entro il quale tale studio si colloca, che alla definizione di attività future.

BIBLIOGRAFIA

Censis, *Rapporto sulla situazione sociale del Paese 2013*, Fondazione Censis, 2013, Roma

Cespi, *Primo Report. Osservatorio Nazionale sull'inclusione Finanziaria dei Migranti in Italia*, redatto nell'ambito dell'omonimo progetto, 2013

CNEL, *Il profilo nazionale degli immigrati imprenditori in Italia*, 2011, Roma

M.Mora, *Migrazioni, imprenditoria e transnazionalismo*, Cespi, 2006, Roma

COOPI, *Il migrante marocchino come agente di sviluppo e di innovazione nelle comunità d'origine*, studio prodotto nel quadro dell'omonimo progetto promosso da COOPI e cofinanziato da Commissione Europea - Direzione Generale Giustizia ed Affari Interni - Direzione A Unità A2 Immigrazione ed Asilo - B7667

Fieri, *L'immigrazione che intraprende. Nuovi attori economici in Provincia di Torino*, Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Torino, 2008

Fondazione Ethnoland, *Immigrati imprenditori in Italia*, Edizioni Idos, Roma, 2009

Fondazione Leone Moressa, *Rapporto Annuale sull'economia dell'Immigrazione*, 2011, Il Mulino, Bologna

Fondazione Leone Moressa, *Rapporto Annuale sull'economia dell'Immigrazione*, 2013, Il Mulino, Bologna

SITOGRAFIA

www.mondobancario.it/l_islam_e_la_finanza_islamica.html

6. Considerazioni sugli imprenditori migranti di origine senegalese nella Provincia di Torino e analisi di casi-studio

A cura di Simona Guida, CISV

La capacità di assumere il rischio, è una delle caratteristiche del migrante, che **nell'auto-imprenditorialità può valorizzare i limiti e le condizioni** di immigrato, in opportunità economica.

Molte attività sono basate sull'organizzazione del lavoro con i familiari (**self-employment**)¹²⁰, al fine di contenere i costi e massimizzare i guadagni dell'attività economica e al tempo stesso, **gestire la vita familiare e lavorativa in un unico flusso organizzativo**.

Rispetto alle imprese *mainstream*, **l'iniziativa migrante ha vantaggi differenziati come i capitali sociale e umano, che relazionano la propria impresa alla comunità migrante di riferimento**.

AST e CISV hanno raccolto le esperienze di 08 imprenditori / imprenditrici selezionati sulla base della **conoscenza diretta** dell'impresa da parte dell'associazione anche al fine di coinvolgerli nelle attività del progetto ed in un percorso relazionale successivo alla fase progettuale.

I tratti salienti delle imprese e degli imprenditori intervistati:

- Il volume di affari delle imprese intervistate varia da 5.000 a 150.000 euro all'anno.
- Il 90% del campione ha svolto, in Senegal, il secondo ciclo scolastico.
- Un'unica impresa del campione ha un dipendente, le altre gestiscono l'attività a livello familiare.
- Le imprese si collocano nei settori Turismo, Mediazione Immobiliare, Lavanderia, Phone Center, Ristorazione, Estetica, Arte, Sartoria; hanno una regolare contabilità e il 70% del campione dichiara sostenibile l'attività nonostante la crisi economica.
- 10 è la media degli anni di residenza in Italia, nessuno degli intervistati ha avuto altre esperienze migratorie precedenti.

Il ruolo svolto dall'AST e dai servizi esistenti nel territorio per lo start-up e la sostenibilità delle imprese

M., promotore di un'attività di **sartoria** a Torino, aveva un'attività produttiva simile anche nel Paese di origine dove attualmente acquista molte delle materie prime utilizzate, le stoffe, e da cui trae ispirazione sulla moda stagionale. La comunità e l'associazione sembrano non aver avuto nessun ruolo nell'apertura dell'attività, ma sono ritenute fondamentali dall'imprenditore per la sostenibilità stessa della sartoria.

A. promuove **l'arte**, in particolare la musica, senegalese in Italia. L'investimento iniziale dell'impresa è stato interamente realizzato dal promotore dell'attività; l'associazione è un punto di riferimento importante per moltiplicare tutte le possibili sinergie con il territorio della Provincia di Torino.

¹²⁰ Coleman, Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology, 94, 95-120, 1988

F., **parrucchiera**, raccomanda gli sportelli di CNA a Torino, per trasformare la propria idea di impresa in una realizzazione vera e propria. Molti dei materiali utilizzati (mèches e creme) sono acquistati e importati dal Senegal.

Anche nel suo caso, l'associazione sembra non aver avuto nessun ruolo nello start-up dell'impresa, ma è piuttosto importante per la sostenibilità economica dell'attività (passaparola) e per il buon legame con la comunità che all'associazione fa riferimento.

K., **ristoratrice**, ha aperto l'impresa contando sulle sue sole forze, per poter lavorare ed essere autonoma. La clientela senegalese è uno dei target a cui K. si riferisce, quindi le associazioni hanno un ruolo fondamentale nella durabilità. Le materie prime, gli ingredienti utilizzati nei piatti, sono al 90% di origine senegalese (compreso il pesce fresco), ma l'acquisto avviene tramite un commerciante intermediario di origine cinese.

Infatti, è noto come l'importazione dei prodotti alimentari dal Senegal sia un'attività imprenditoriale inaccessibile ai senegalesi residenti in Italia, in ragione della fragilità degli accordi commerciali tra i due Paesi.

NC., promotrice di un **phone center**, ha aperto la sua attività con aiuti familiari, il centro è frequentato da migranti, non necessariamente di origine senegalese, e ha relazione sporadiche con l'associazione.

O., promotore di un **lava e asciuga**, riconosce che l'associazione ha contribuito positivamente all'apertura dell'attività che è frequentata al 90% da migranti, ma non necessariamente di origine senegalese.

I., **mediatore immobiliare**, ha cercato di aprire un'attività gemella in Senegal nel 2005, ma è stato costretto a chiudere per la difficoltà di gestione di una doppia burocrazia.

A, **nel settore turistico**, ha aperto la sua impresa, con forma giuridica Società in Accomandita Semplice (S.a.s.), da circa dieci anni rivolgendosi al servizio Mettersi In Proprio, a CNA di Torino, oltre che all'ASCOM e a commercialisti privati. A. gioca inoltre un ruolo di responsabilità nell'associazione dei senegalesi a Torino, le sue capacità imprenditoriali sono preziose e riconosciute dai soci stessi.

Considerazioni finali

In quasi tutte le esperienze intervistate, l'AST non ha assunto un ruolo nello start-up dell'impresa, ma risulta essere fondamentale per la sua sostenibilità in termini di clientela e riconoscimento del prodotto senegalese¹²¹. **Tutti gli intervistati ritengono importante poter avviare, tramite AST, un percorso di dialogo strutturato tra le istituzioni italiane e senegalesi per favorire le opportunità transnazionali offerte dal mercato senegalese.**

Nessuna delle imprese ha legami economici con la regione Rhône-Alpes, ma tutti gli imprenditori dichiarano di essere molto interessati a sviluppare delle possibili sinergie tra territori.

Il servizio territoriale più utilizzato è lo sportello MIP - Mettersi In Proprio.

¹²¹ Sanders, J. M. and Nee V. , Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Human Capital, *American Sociological Review*, 61, 231-249, 1996

PARTE II

Etudes concernant les entreprises transnationales et les relations avec la communauté d'appartenance des migrants dans la Région Rhône-Alpes

A. Identification et analyse des services mis à disposition des migrants entrepreneurs par les organismes publics et privés dans la Région Rhône Alpes et bonnes pratiques relatives à l'appui à l'entrepreneuriat transnational.

A cura di

KapE 360

Virginie Escudié, v.escudie@yahoo.fr, assistée de Corinne Massardier, corinne@kape360.com et Marie Vidal, marie.vidal17@gmail.com

B. Activités et implications des associations de migrants en Rhône-Alpes pour la mise en place et le soutien à l'entrepreneuriat migrant des ressortissants d'Afrique francophone

A cura di



Etude réalisée par le COSIM Rhône-Alpes (supervision de Laurine Lepley assistée par Clara Chépeau) et avec le soutien de



C. Analyse qualitative des activités entrepreneuriales transnationales des migrants en Rhône Alpes. Identification et analyse de bonnes pratiques

A cura di

KapE 360

Virginie Escudié, v.escudie@yahoo.fr, assistée de Corinne Massardier, corinne@kape360.com et Marie Vidal, marie.vidal17@gmail.com

KapE 360 SAS World Trade Center, Tour Oxygène10-12 Boulevard Vivier Merle69393 Lyon cedex 3 Siret:79328467000015

Introduction générale

par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal

Troisième région la plus entreprenante de France¹²² avec 56 900 entreprises créées en 2012¹²³, la région Rhône-Alpes offre un environnement institutionnel, économique et géographique très favorable à la création d'entreprise. En 2013, Lyon fut ainsi classée "*meilleure ville pour entreprendre*" dans le palmarès des villes "*business friendly*", devant Bordeaux et Marseille¹²⁴.

C'est dans ce contexte favorable et dynamique que s'inscrit notre étude sur l'entrepreneuriat migrant transnational issu d'Afrique francophone. Les connaissances relatives à cette catégorie sont très limitées. La France, dans sa tradition républicaine, refuse les critères liés à l'origine ethnique de sa population. En conséquence, les données statistiques restent fort incomplètes. Les seules informations disponibles concernent les créations d'entreprises du secteur marchand non agricole en distinguant celles qui sont le fait de ressortissants de l'Union Européenne et celles qui émanent de membres de pays tiers. Ainsi, par exemple, il n'est pas possible d'identifier parmi les créateurs, ceux qui sont d'origine étrangère mais de nationalité française. Les quelques données de l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) concernant la population immigrée entrepreneur en Rhône-Alpes¹²⁵ permettent néanmoins de dégager quelques tendances.

Tous secteurs confondus, la part d'entrepreneurs immigrés est légèrement supérieure à celle des non-immigrés (7% contre 5%). C'est « *le secteur de l'hébergement restauration qui attire plus particulièrement les immigrés...La proportion d'entrepreneurs immigrés dans ce domaine est deux fois plus importante que pour les non-immigrés (22 % des immigrés qui travaillent dans ce secteur sont entrepreneurs, contre 12 % des non-immigrés)* ».

« *Les chefs d'entreprise immigrés sont légèrement plus âgés que les salariés immigrés, avec un âge médian de 44 ans contre 40 ans. Ils se déclarent souvent sans diplôme : les chefs d'entreprise immigrés sont trois fois plus nombreux que les non-immigrés à ne pas être diplômés (36 % contre 11 %). Toutefois, les immigrés entrepreneurs arrivés depuis 1998 sont plus souvent diplômés du supérieur. Les entrepreneurs arrivés depuis 1998 sont majoritairement issus du continent africain (55 %)* ».

Pour les immigrés, « *la création d'entreprise apparaît comme une voie d'insertion économique et sociale et constitue une réponse à des conditions d'accès à l'emploi difficiles : plus de chômage, des emplois plus précaires et ce malgré la possession d'un diplôme. Dans ce contexte globalement plus difficile, les entreprises créées par*

¹²² Information donnée sur le site Créafil : <http://www.creafil.rhonealpes.fr/>

¹²³ <http://www.insee.fr/fr/regions/rhone-alpes/reg-dep.asp?theme=9>

¹²⁴ Palmarès exclusif établi par L'Entreprise-L'Expansion et Coface Services. Pour en savoir plus : http://lentreprise.lexpress.fr/creation-entreprise/entreprendre-le-classement-des-grandes-villes-200-000-a-500-000-habitants_44155.html#r9xPWBDPf0tmsVfR.99

¹²⁵ La lettre INSEE Rhône-Alpes n°183, décembre 2012

des immigrés ont une chance de survie plus faible que les entreprises créées par des entrepreneurs non-immigrés ».

A défaut d'une connaissance statistique exhaustive, ce sont donc les études qualitatives qui prévalent, accordant une place prépondérante aux témoignages d'acteurs. C'est également la méthode que nous avons retenue ici pour tenter de mieux comprendre cet entrepreneuriat africain transnational. Plus précisément, la présente étude s'attachera à identifier les structures et les réseaux d'appui disponibles et la façon dont cette catégorie d'entrepreneurs les sollicitent dans le cadre de leur projet de création, ici et sur le continent africain. Il s'agira d'identifier au fil de l'enquête, les pratiques qui semblent favorables au bon développement des activités initiées. Bonnes pratiques au sein des institutions, des associations de migrants et des entrepreneurs africains transnationaux.

La première partie de l'étude portera sur l'identification des dispositifs d'appui à l'entrepreneuriat dans la région Rhône-Alpes. Dans la mesure où il n'existe pas d'outils spécifiquement dédiés aux entrepreneurs issus de l'immigration, l'entrée principale de ce travail est l'activité entrepreneuriale. L'origine de l'entrepreneur est le prisme par lequel nous interrogeons les différents dispositifs pour comprendre comment s'opère la rencontre. Nous le verrons, l'exercice est complexe qui consiste à interroger les acteurs sur la base d'un critère ethnique qui ne peut être considéré comme tel au sein des services.

Ce premier volet de l'étude nous permettra de mettre en évidence le foisonnant dispositif d'appui dont dispose la région Rhône-Alpes : aide à la création, aide à l'export, aide à la réinsertion et à la cohésion, les entrées sont multiples pour bénéficier des instruments d'appui à la conception, à la réalisation, ou encore au financement. Néanmoins, il ressort de ce travail, un désintérêt manifeste au sein de Rhône-Alpes sur la question de l'entrepreneuriat migrant. Ce n'est pas le cas dans toutes les régions de France, et pour certaines institutions nationales. Enfin, cette absence d'instruments spécifiques ne doit cependant pas masquer l'existence de certains mécanismes appréciés des entrepreneurs africains transnationaux. Nous en verrons certains exemples.

La deuxième partie de l'étude s'intéresse au rôle joué par les associations de migrants dans l'appui à la création d'activité par leurs compatriotes. Ce travail mené par le COSIM Rhône-Alpes¹²⁶ se situe dans une logique inverse à la précédente pour placer l'origine ethnique des acteurs au cœur de la démarche et les interroger via le prisme de l'entrepreneuriat. Ce travail met en évidence le rôle informatif des associations, qu'il qualifie de "*tremplin*" ou de "*plateforme d'échange et d'information*". Ainsi, ces acteurs associatifs seraient le maillon reliant les migrants aux dispositifs d'appui existants, un partenaire bien identifié, proche et facile d'accès. Mais comme le souligne l'étude, les associations de migrants manquent trop souvent de compétences et de connaissances en matière d'entrepreneuriat et elles sont encore absentes des réseaux d'appui institutionnels. Traditionnellement, ces associations œuvrent plutôt dans le cadre de projets de solidarité avec les pays d'origine de leurs membres. Néanmoins, il apparaît que la

¹²⁶ Collectif des Organisations de Solidarité Internationale Issues des Migrations.

volonté de soutenir des projets d'entreprise s'accroît et des initiatives se déploient, telles le développement des Chambres de Commerce et d'Industries franco africaines ou l'organisation d'évènements comme le Forum Economique et de Développement Durable en Afrique (FEDDA)¹²⁷.

Ce travail de recensement et d'analyse effectué, il importait de mettre en perspective ces résultats avec l'expérience vécue des entrepreneurs africains transnationaux. C'est l'objet du troisième et dernier volet de l'étude consacrée à la région Rhône-Alpes. Sur la base d'entretiens semi directifs, nous avons recueillis les témoignages d'une vingtaine d'entrepreneurs issus de l'immigration africaine. Ce travail permet de dégager certains faits marquants et d'identifier certaines pratiques porteuses de succès. Nous verrons ainsi comment ces entrepreneurs valorisent leur appartenance à un double territoire français et africain, comment ils s'appuient sur des réseaux personnels et professionnels, et l'importance que revêt pour eux le soutien à leur région d'origine. L'entrepreneuriat transnational serait ainsi le moyen de valoriser leur statut de migrant et d'initier de nouvelles formes de solidarité avec leur pays d'origine. Néanmoins, les succès ne doivent pas masquer les difficultés rencontrées, et principalement les barrières limitant l'accès au financement.

La confrontation des trois composantes de l'étude nous permettra de conclure sur des voies de renforcement possibles que les collectifs d'associations de migrants pourraient porter pour soutenir leurs compatriotes dans leurs projets économiques. En interne d'une part, pour mieux communiquer auprès des communautés africaines, et vers l'externe d'autre part, pour influencer le paysage institutionnel et le rendre plus favorable à ses membres.

¹²⁷ Forum organisé par l'Association des Burkinabés de Lyon (ABL). Le premier a eut lieu en 2012 et se focalisait sur le Burkina Faso. Le second forum se déroulera à Lyon en juin 2014 et aura pour pays thématique la RDC.

A. Identification et analyse des services mis à disposition des migrants entrepreneurs par les organismes publics et privés dans la Région Rhône Alpes et bonnes pratiques relatives à l'appui à l'entrepreneuriat transnational.

par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal

Introduction : La Région Rhône-Alpes et ses entrepreneurs migrants d'Afrique. Une rencontre difficile à appréhender

Avec 56 900 entreprises créées en 2012¹²⁸, Rhône-Alpes se classe au 3ème rang des régions les plus entreprenantes de France¹²⁹.

Concernant l'entrepreneuriat immigré, les connaissances restent limitées et la statistique est incomplète. En effet, les statistiques ne concernent pas directement la population immigrée mais les créateurs étrangers en distinguant les ressortissants de l'UE et les membres des pays tiers. L'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques) s'appuie sur les données SINE (système d'information sur les nouvelles entreprises) recueillies auprès des jeunes entreprises du secteur marchand non agricole¹³⁰. Les créateurs immigrés de nationalité française ne sont donc pas pris en compte.

A défaut d'une connaissance statistique exhaustive, ce sont donc les études qualitatives qui prévalent.

Les quelques données INSEE sur la population immigrée entrepreneur en Rhône Alpes¹³¹ permettent néanmoins de dégager quelques tendances.

Nous savons ainsi que le secteur de l'hébergement-restauration attire particulièrement les migrants, que les entrepreneurs étrangers sont souvent sans diplôme et qu'ils sont majoritairement issus du continent africain. Il apparaît, en outre, que la création d'entreprise par les migrants constitue une réponse pour des populations plus soumises que les autres à la précarité et au chômage.

Créer une entreprise et mettre de son côté toutes les chances de pérennisation du projet suppose de passer par plusieurs étapes clés : construire un projet, connaître la réglementation, trouver les fonds, s'assurer des compétences nécessaires au bon suivi, etc. Lorsque l'entreprise est transnationale, ce qui est le cas visé par notre étude, il faut, en outre, connaître la réglementation dans le pays concerné, les filières d'approvisionnement, etc. La région Rhône-Alpes met à disposition de ses créateurs d'entreprises un arsenal de services conséquent.

Les entrepreneurs ciblés par notre étude sont par ailleurs ressortissants d'Afrique francophone et exercent des activités entrepreneuriales avec une composante transnationale dans le pays d'origine. Cette caractéristique détermine la façon dont nous interrogeons les services concernés.

¹²⁸ <http://www.insee.fr/fr/regions/rhone-alpes/reg-dep.asp?theme=9>

¹²⁹ Information donnée sur le site Créafil : <http://www.creafil.rhonealpes.fr/>

¹³⁰ 3 questionnaires successifs : en début d'activité, au cours de la troisième année, et passé cinq ans

¹³¹ La lettre INSEE Rhône-Alpes n°183, décembre 2012

Rappelons ici qu'une autre étude est menée par le COSIM¹³² Rhône-Alpes sur l'appui que les entrepreneurs transnationaux peuvent trouver au sein de leur communauté d'origine via les associations de migrants.

L'entrée principale de ce travail est donc bien celle de l'activité entrepreneuriale, la spécificité liée à l'origine de l'entrepreneur n'est que le prisme par lequel nous interrogeons les services d'appui. Ce rappel méthodologique est essentiel dans la mesure où nous n'avons pu identifier de service d'appui destiné à cette catégorie d'acteurs spécifiques que sont les entrepreneurs migrants ou issus de l'immigration.

Après avoir recensé les différents dispositifs d'appui aux entrepreneurs, nous verrons dans une seconde partie comment s'opère la rencontre avec les migrants.

A.1. La région Rhône-Alpes : un réseau dense d'appui à l'entrepreneuriat

A.1.1. Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise

A.1.1.1. Créafil, le portail des créateurs d'entreprises en Rhône-Alpes

Depuis 2009, les réseaux Créafil Rhône-Alpes se sont constitués sur 40 territoires de Rhône-Alpes parmi les 45 que compte la Région. Dans chaque réseau Créafil Rhône-Alpes, ont été créées des "portes d'entrée" pour accueillir les créateurs. Ils sont alors orientés vers les experts adéquats.

Le réseau Créafil se compose des acteurs suivants :

- L'ADIE, Association pour le droit à l'initiative économique
- L'Association nationale des Coopératives d'Activités (Copéa)
- Les 11 Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de Rhône Alpes
- La Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat Rhône-Alpes
- Le Pôle Emploi Rhône-Alpes
- Le Réseau Entreprendre Rhône-Alpes
- Rhône-Alpes Initiative et Rhône-Alpes Active
- L'Union régionale des Centres d'Information sur les droits des femmes et des familles
- L'Union Régionale des SCOP Rhône-Alpes

Le dispositif Créafil est construit selon le même modèle que le dispositif Lyon Ville Entrepreneuriat (LVE)¹³³ qui le précédait mais qui se limite à la zone du Grand Lyon. Nous pouvons dire que Créafil est donc le prolongement de Lyon Ville Entrepreneuriat au niveau régional. Nous y retrouvons les mêmes acteurs, c'est le maillage qui diffère.

¹³² Collectif des Organisations de Solidarité Internationale Issues des Migrations

¹³³ Réseau d'accompagnement à la création, la reprise, la transmission d'entreprise dans le Grand Lyon. Voir présentation en annexe

A.1.1.2. Les boutiques de gestion

Les BGE sont des associations qui offrent aux porteurs de projet un dispositif d'accompagnement à tous les stades : définition, test, recherche de financement, mise en place du suivi, etc. On compte 20 BGE en Rhône Alpes¹³⁴.

Les services offerts couvrent tout le champ de la création et au-delà, celui de la pérennisation : aide à l'élaboration du projet, test, recherches de financement, suivi.

Aucun des services ici énumérés ne disposent d'outils spécifiques pour les migrants entrepreneurs.

A.1.2. Les dispositifs d'aide à l'export

A.1.2.1. L'équipe Rhône Alpes de l'export¹³⁵

Sous ce label, est regroupé un ensemble d'institutions régionales partenaires pour accompagner les entreprises de Rhône-Alpes à l'export. Créée en 2011, l'équipe Rhône-Alpes de l'Export a pour objectif de simplifier et de faciliter l'approche des marchés étrangers aux entreprises de la Région grâce à un dispositif d'appui alliant prospection, financement, sécurisation et information sur les marchés.

A.1.2.2. L'Agence pour le Développement des Entreprises en Afrique (ADEA)

Il s'agit d'une plate forme de promotion des échanges entre les PME françaises et européennes avec les entreprises d'Afrique de l'Ouest et du Centre. Ses missions s'articulent autour de l'accompagnement d'entreprises lors de missions collectives ou individuelles et de l'organisation d'un Forum à Lyon et en Afrique, soutenu par la Région Rhône Alpes.

Concernant la zone Afrique de l'Ouest, l'ADEA est le principal interlocuteur. Mais qu'il s'agisse de l'Equipe Rhône-Alpes de l'Export ou de l'ADEA, leur cible concerne essentiellement les entreprises déjà en activité et désireuses d'investir et de s'implanter à l'étranger. Il s'agit d'aider ces entreprises à développer des parts de marchés dans ces pays. Les entreprises de migrants telles que définies dans les termes de référence de l'étude ne font pas partie de ces cibles.

¹³⁴ Voir liste en annexe

¹³⁵ Voir composition en annexe

A.1.3. Les dispositifs d'appui à la création d'entreprise dans le cadre de l'aide à la réinsertion

A.1.3.1. Le dispositif NACRE

Créé en 2009 le Nouvel Accompagnement pour la Création et la Reprise d'Entreprise s'appuie en Rhône Alpes sur un réseau d'une cinquantaine d'opérateurs : couveuses d'entreprises, maisons de l'emploi, chambres des métiers et de l'artisanat, associations, etc.¹³⁶

Sont éligibles au dispositif, les personnes **sans emploi** ou rencontrant des **difficultés pour s'insérer durablement dans l'emploi** : demandeurs d'emploi, bénéficiaires de minima sociaux, salariés repreneurs de leur entreprise, etc.

Le dispositif propose un accompagnement individualisé avant et/ou après la création/reprise de l'entreprise ainsi qu'un prêt à taux zéro. Il se décompose en trois phases :

- aide au montage du projet
- appui à la structuration financière via notamment un prêt à taux zéro
- suivi de l'entreprise jusqu'à 3 ans

A.1.3.2. La Direction Régionale de la Jeunesse et des sports et de la Cohésion Sociale (DRJSCS) et le programme Régional pour l'Intégration des Populations Immigrées (PRIPI)

La DRJSCS s'intéresse plus particulièrement à certains publics :

- les primo-arrivants en situation régulière, pendant les cinq premières années suivant leur arrivée en France,
- les personnes confrontées à des problèmes spécifiques, tels que les femmes, les immigrés âgés ou encore les étrangers dont la naturalisation a été reportée pour insuffisance de connaissance linguistique.

Concernant les populations immigrées, les actions d'intégration sont concentrées sur les cinq premières années de séjour.

Il convient de distinguer la politique d'intégration et la politique de la ville :

- la première concerne les étrangers, particulièrement les primo-arrivants, quel que soit leur lieu de résidence ;
- la seconde est ciblée sur une géographie prioritaire et se développe notamment dans le cadre de « contrat urbain de cohésion sociale » (CUCS).

Selon le chef de service de la DRJSCS, si la thématique des entrepreneurs migrants a été évoquée lors de l'élaboration du programme, elle n'a jamais été développée faute de ressources et de connaissances sur le sujet.

¹³⁶ Voir la liste en annexe

A.1.3.3. Les aides à la création d'entreprise à destination des Personnes Migrantes, issues de la Diversité ou des quartiers

La Maison de la Création d'Entreprise de la Duchère

Créées en avril 2006 à l'initiative du Ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales, les maisons de la création d'entreprises dans les quartiers en difficulté ont pour but de favoriser l'accès de tous à l'entrepreneuriat grâce à un accueil de proximité. La mise en œuvre opérationnelle revenait à l'APCE « l'Agence pour la création d'Entreprise ».

La mise en place de la Maison de la Création d'Entreprise dans la zone franche urbaine (ZFU) de la Duchère en collaboration avec le réseau "Lyon-Ville de l'Entrepreneuriat" fut l'une des premières, et l'une des seules puisqu'à ce jour on en compte 3 sur tout le territoire français.

La coopérative talents 9

Installée dans la Zone Franche Urbaine de la Duchère, talents 9 est une coopérative d'activités qui accompagne les entrepreneurs dans la conception de leur projet d'entreprise, un lieu d'accueil favorisant la création de réseau, elle offre un statut salarié.

Cette coopérative ne travaille aujourd'hui avec aucun entrepreneur migrant d'origine d'Afrique.

Depuis 2007, les dispositifs d'appui dans le cadre des structures d'insertion et de cohésion sociale s'inscrivent dans le cadre de la politique de la ville, distincte de la politique d'intégration. Dès lors ces programmes ciblent les approches territoriales et pas l'origine des populations qui vivent et travaillent sur ces territoires.

A.1.4. Autres catégories d'acteurs

L'association ACF : Accompagnement, Conseil, Formation. Fondée en 2001, ACF fait partie du Groupe d'Appui à la Micro Entreprise (GAME). Cette association cible les personnes en situation d'exclusion sociale et favorise la création d'entreprises en leur offrant : information, formations personnalisées, appui technique et méthodologique, suivi de projet sur le terrain. Depuis 2004, ACF est reconnu comme centre de formation. Le fondateur d'ACF est un acteur incontournable sur la question de l'entrepreneuriat migrant en Rhône-Alpes. Membre fondateur du COSIM Rhône-Alpes, il en est le premier président de 2007 à 2008. Il ne cesse de défendre les vertus de l'entrepreneuriat qu'il considère comme un vecteur d'intégration et de responsabilisation essentiel. Selon lui, les migrants souhaitant créer leur activité ont besoin d'un appui spécifique pour accéder à l'information utile et la traiter. Il souligne également le besoin d'un accompagnement de proximité.

Les associations d'étudiants : Les universités et les business schools sont nombreuses aujourd'hui à avoir mis en place des associations ou programmes d'appui à l'entrepreneuriat en leur sein. Nous n'avons malheureusement pas eu de contacts approfondis avec ces organisations.

A.2. Les migrants à la rencontre des dispositifs d'appui à l'entrepreneuriat

A.2.1. Interroger les services d'appui aux entreprises par le prisme de l'origine ethnique des entrepreneurs : un exercice difficile

Plusieurs difficultés sont à souligner :

- Dans la mesure où la quasi totalité des services se sont construits sur la base d'autres critères que celui de l'origine, ils ne disposent pas d'outils ni de données formelles concernant ces acteurs. Les seuls acteurs à disposer d'information quant à l'origine de leur public sont les organismes financiers, car les dossiers de prêts indiquent le lieu de naissance. Mais pour en tirer des éléments d'analyse, il faudrait que cette information soit traitée systématiquement, ce qui n'est pas le cas pour les opérateurs que nous avons rencontrés. Nous avons tenté de cibler ceux qui étaient susceptibles de recevoir des migrants.
- ensuite, et ce dernier point découle de ce qui précède, nombreux sont les interlocuteurs gênés par notre approche et nos questions et ne souhaitant pas communiquer sur ce sujet. Une responsable de la maison de la création de l'entreprise nous explique : *"Dans la mesure où ce critère n'est pas pris en compte dans notre dispositif, je ne suis pas légitime pour vous parler de ce public. Même si à titre personnel, j'ai mon avis sur les spécificités de ces populations face à la création d'entreprise, je ne me sens pas pertinente", "nous ne disposons pas d'outils particuliers, mais nous nous adaptons "*. En effet, comme le souligne une chargée de mission de la coopérative Talents 9, *« comment savoir qu'un créateur est étranger ou d'origine étrangère si cela ne fait pas partie des critères? Ce serait du délit de faciès »*.

Quelle méthodologie adopter ?

Face à la pléthore de dispositifs mais en l'absence d'outils spécifiques, comment les interroger ? Comment cibler les services ? En l'absence d'information objective sur les spécificités de ce type d'entrepreneurs nous ne pouvons établir une liste de critères permettant d'aller à la rencontre des services en priorisant ceux qui sur le papier semblait le plus adaptés a priori. Pour être parfaitement rigoureux il nous aurait fallu interroger tous les services, ce qui était impossible compte tenu des délais.

Après un recensement des différentes typologies d'appui, nous avons contacté les services dédiés. Quand il nous a fallu cibler les services prioritaires nous avons sélectionné ceux qui étaient récurrents dans les différents dispositifs et ceux qui étaient le mieux connus des populations migrantes (expérience de l'équipe en

charge de l'étude). Souvent, nous n'obtenions aucune information, parfois nos interlocuteurs nous expliquait en quoi ils n'étaient ni compétents ni légitimes et nous redirigeaient vers d'autres structures ou d'autres membres de leurs services. Nous n'avons pu obtenir de réponses exhaustives. Les rencontres physiques ont également été réduites pour favoriser les échanges téléphoniques par manque de disponibilité et par frilosité de la part de nos interlocuteurs.

A.2.2. Rhône Alpes : un territoire peu sensible à cette approche...

Après analyse des différents dispositifs et outils d'aide aux entrepreneurs proposés en Rhône-Alpes, un constat s'impose, l'origine ethnique de l'entrepreneur n'est pas considérée comme un critère impliquant la mise en œuvre de dispositifs particuliers.

Ce constat est renforcé par les témoignages de plusieurs acteurs particulièrement pertinents compte-tenu des contours de l'étude : l'ancienne coordinatrice du Programme Migrations et Initiatives Economiques (PMIE) le président du centre de formation "Appui, Conseil et Formation" (ACF) et la Responsable auprès de la DG de l'APCE des questions de la création d'entreprise par les publics migrants.

Lors du lancement du PMIE en 2001 par le Ministère des Affaires Etrangères¹³⁷, l'animation fut confiée au PS Eau (Programme Solidarité Eau). Le PS Eau, tête de réseau nationale, s'appuyait sur un ensemble de structures d'appui régionales : le Groupe d'Appui de la Micro et moyenne Entreprise (GAME) composé à l'origine d'ONG ou de fédérations de solidarité internationales d'appui aux migrants situées dans les régions.

La coordinatrice en charge du programme de 2008 à 2010 souligne les difficultés d'application du programme en Rhône-Alpes faute de relais. Selon elle, la Région Rhône Alpes offrait un gros potentiel pour le PMIE. Parmi les 120 appels annuels directs de porteurs de projets à la plateforme, une trentaine était situés dans cette région. Mais aucune structure d'appui n'a jamais manifesté son intérêt pour le programme en dehors du centre de formation ACF. Très souvent, l'équipe en charge du PMIE devait renvoyer les porteurs de projets vers d'autres structures d'appui situées en dehors de Rhône-Alpes, telles que l'Association Africum Vitae à Marseille¹³⁸.

Le président du centre de formation ACF confirme cet état de fait, le centre de formation qu'il a créé il y a 20 ans offre des services d'appui à tout type d'entrepreneurs sans discrimination ethnique. Mais selon lui, le parcours entrepreneurial, nécessite l'accès à une information dense et la capacité à faire évoluer son projet dans un environnement réglementaire complexe. Pour un

¹³⁷ Le PMIE a pris fin en 2010, suite aux réorganisations ministérielles de 2007 et le transfert de compétences sur le sujet au Ministère de l'Immigration, l'Intégration, l'Identité Nationale et du Développement Solidaire, qui a continué le programme jusqu'en 2009. C'est l'AFD qui a pris la charge du financement jusqu'en 2010. Par la suite, ce sont les politiques de Co-développement qui se sont imposées

¹³⁸ <http://www.africum-vitae.org>

migrant, nous dit-il, les difficultés sont encore accrues et les dispositifs d'accompagnement devraient pouvoir intégrer cette spécificité pour leur permettre d'accéder à l'information pertinente et la traiter. Il souligne à son tour que la Région Rhône-Alpes n'a jamais fait montre d'un grand intérêt pour ces questions, contrairement à d'autres acteurs régionaux ou nationaux.

La Responsable au sein de l'APCE de la question de la création d'entreprises par les migrants partage ce constat. Dans sa volonté de développer des outils spécifique à ce type d'entrepreneurs, l'APCE souhaite s'appuyer sur les acteurs régionaux. La Région Rhône-Alpes ne figure pas parmi les acteurs de ce maillage régional.

Malgré cet état des lieux, nous pouvons néanmoins identifier quelques outils qui semblent assez appréciés des entrepreneurs migrants.

A.2.3. ...mais quelques exemples de pratiques "adaptées"

Précaution méthodologique préalable : dans la mesure où nous n'avons pas traité dans cette étude des spécificités propres aux entrepreneurs issus de l'immigration, la terminologie employée mérite quelque précaution. Les outils que nous mettrons en avant dans ce paragraphe sont qualifiés de "bonnes pratiques", ou de "pratiques adaptées" dans la mesure où elles rencontrent un succès certain chez les entrepreneurs migrants. Si le succès de ces outils peut-être considéré comme un indicateur de pertinence, il permet, en outre d'esquisser quelques spécificités quant à ses utilisateurs. Mais il est important de préciser que sans étude statistique plus approfondie, dans la mesure où la plupart des services existants ignorent le critère de nationalité, les résultats ici avancés n'ont d'autres valeurs que celles d'exemples.

A.2.3.1. Le micro-crédit accompagné proposé par l'ADIE

L'Association pour le Développement de l'Initiative Economique (ADIE), créée en 1989, est à ce jour le seul organisme financeur à octroyer des micro-crédits pour la création d'entreprise¹³⁹.

L'ADIE emprunte auprès du secteur bancaire et prête aux entrepreneurs dont les projets auront été retenus. L'association gère le risque, ce qui explique un taux d'intérêt de 7,78%. Par ailleurs, en tant que membre des différents dispositifs d'accompagnement, l'ADIE accompagne également les entrepreneurs vers d'autres financements aidés :

- la subvention Idéclic de la Région Rhône Alpes;
- les prêts d'honneur soutenus par le Conseil Régional et les partenaires bancaires;
- le prêt d'honneur, conventionné par l'état (dans le cadre du dispositif NACRE).

La combinaison de ces différents instruments permet à l'ADIE d'intervenir à hauteur de 10 000 euros.

¹³⁹ <http://www.adie.org/regions/rhone-alpes>

a) Les migrants à la rencontre de l'ADIE :

Selon la Responsable de l'accompagnement que nous avons rencontrée, sur 392 prêts octroyés sur le Rhône en 2013, 152 l'ont été à des personnes nées hors de France, et en grande majorité à des personnes originaires du Maghreb et d'Afrique noire (essentiellement le Sénégal et la RDC). La nationalité est une donnée à laquelle l'ADIE a accès dans la mesure où, en tant qu'organisme financeur, le lieu de naissance figure parmi les informations demandées aux porteurs de projets. Malheureusement, il ne nous est pas possible à ce jour d'aller plus loin dans l'analyse car cette information n'est pas traitée de façon systématique.

Cette part importante que constitue le public migrant incite l'ADIE du Rhône à entamer un travail plus approfondi avec les communautés de migrants. C'est déjà le cas pour les antennes de Marseille, Paris et Roubaix.

Selon cette responsable, ce sont ces communautés et associations de migrants qui recommandent à leurs membres d'aller à la rencontre de l'ADIE. Elles sont le principal prescripteur. Dans la grande majorité des cas, le premier contact avec l'ADIE est aussi la première étape d'une démarche plus large de projet de création. L'ADIE est donc aussi l'intermédiaire qui renvoie les personnes vers les autres structures d'appui situées à l'amont des créations d'entreprises (LVE, Créafil).

b) des spécificités ?

Pour l'essentiel, les entrepreneurs rencontrés à l'ADIE, mènent des activités dans les secteurs de la restauration (plats préparés), de la coiffure, de la vente de tissus, de l'import export (dans les deux sens), vente ambulante. Ils sont très souvent déjà actifs mais de façon informelle et désirent légaliser leur activité.

Enfin, les entrepreneurs issus de l'immigration sont très souvent en situation précaire, très peu qualifiés, et quand ils le sont, leurs compétences souvent ne sont pas reconnues en France.

L'ADIE est à ce jour le seul organisme à permettre à ce public particulier d'accéder au crédit. Y compris pour les personnes qui ne détiennent pas de carte d'identité mais une carte de séjour.

A.2.3.2. Des statuts plébiscités

L'auto entrepreneuriat

Selon la responsable de l'ADIE que nous avons rencontrée, le statut d'auto-entrepreneur répond bien aux attentes des entrepreneurs migrants qu'elle reçoit. Avant que cette forme juridique ne soit créée, nombreux étaient les entrepreneurs qui déposaient le bilan après la troisième année à cause du rappel de charges sociales. Le statut d'auto-entrepreneur, qui permet de payer ces charges en fonction du chiffre d'affaire, à échéance régulière et à la source, est bien adapté. En revanche, derrière la simplicité et la souplesse en matière de création, se cachent certaines exigences mal comprises car trop peu mises en avant. Notamment, la nécessité de déclarer le chiffre d'affaire à échéance régulière.

Le dispositif relatif aux activités économiques réduites

*"Les personnes exerçant une activité économique réduite à fin d'insertion et bénéficiant d'un accompagnement administratif et financier par une association agréée, ont la possibilité d'être affiliées au régime général pendant une durée maximale de 5 ans."*¹⁴⁰

Cela signifie, pour les personnes qui entrent dans ce cadre, la possibilité de disposer d'un identifiant d'entreprise (numéro SIRET) sans être considéré comme un entrepreneur individuel. Cela concerne les personnes qui exercent une activité dans l'importation, la fabrication et la vente de produits alimentaires ou artisanaux (textiles compris), la vente d'objets de récupération, les petites activités de voisinage et dont le chiffre d'affaire annuel n'excède pas 4788 euros.

Selon la Responsable de l'ADIE, cette disposition est plébiscitée par les migrants qu'elle reçoit dans la mesure où cela leur permet de tester leur projet dans la légalité et sans prise de risque.

A.2.3.3. La bonne porte d'entrée : les associations de migrants

Dans la mesure où les dispositifs et les outils d'appui n'intègrent pas la dimension ethnique dans leurs approches - la nationalité n'étant pas un critère - alors il est un acteur qui apparaît comme déterminant : il s'agit des communautés de migrants. (voir étude du COSIM)

La plupart des acteurs interrogés et qui ont bien voulu répondre au sujet des migrants ont évoqués le rôle de ces associations qui semblent bien être la porte d'entrée à privilégier pour accompagner les entrepreneurs issus de l'immigration. Dès lors, il semblerait qu'une voie d'amélioration de l'accompagnement réside dans le partenariat entre ces structures - très bien identifiées par les migrants - et les services dédiés à la création d'entreprise.

A.2.4. Et ailleurs?

Si la Région Rhône-Alpes peut paraître assez peu sensible aux spécificités de l'entrepreneuriat migrant, ce n'est pas le cas sur tout le territoire français, et bien que le périmètre de l'étude soit borné à ce seul territoire, il nous semblait pertinent d'indiquer ici quelques programmes et acteurs intéressants au-delà.

Quelques travaux sur le sujet :

Citons tout d'abord l'Agence Pour la Création d'Entreprise (APCE), association nationale d'appui incontournable. L'APCE témoigne d'un intérêt certain pour ces questions, comme en atteste une étude menée en 2009, intitulée "Personnes migrantes, issues de la diversité ou des quartiers : quel accompagnement à la création d'activité?" et qui s'intéresse aux porteurs de projets en lien avec les pays

¹⁴⁰ Article 16 de la loi n° 2012-1404 du 17 décembre 2012 de financement de la sécurité sociale pour 2013

d'origine. L'APCE a par ailleurs menée une autre étude sur le sujet et organisé un colloque en décembre 2013, "La création d'activité par les personnes étrangères et immigrées. Un levier d'intégration et de croissance pour la France"¹⁴¹.

Citons enfin, l'étude de l'Union Européenne de 2008 : "Diversité de l'entrepreneuriat dans une Europe unifiée" et qui identifie de nombreux exemples de bonnes pratiques.

Un outil à développer :

Le site internet "Histoires d'entrepreneurs"¹⁴² créé par l'association Echange et Professionnalisation pour l'Emergence d'Entrepreneurs (EPEE) et soutenu par la Direction de l'Accueil, de l'Accompagnement des étrangers et de la Nationalité (DAAEN). Il s'agit d'un outil simple et ludique par lequel nous accédons à différentes histoires, supports d'une information claire sur les outils mobilisés.

Exemple de programme collaboratif :

Le programme Cre'Action à Dunkerque : mis en oeuvre par le Centre d'Education et de Formation Interculturel Rencontre (CEFIR), le programme vise à développer "l' (auto) emploi" pour les jeunes d'origine nord africaine. Cre'Action a été suivi, en 2005, par le programme « *De la migration à la création* » pour les jeunes de 18-30 ans sans emploi pour établir un réseau d'entrepreneurs avec l'Afrique du Nord afin d'accroître les échanges avec cette zone géographique. "Le programme n'offre son soutien qu'aux entreprises qui mettent en avant la valeur d'appartenir à deux cultures"¹⁴³. Ce programme a bénéficié du soutien des institutions locales : le Conseil Régional Nord Pas de Calais, l' Université Catholique de Lille, la Maison de l'Initiative, une coopérative de création d'entreprises, Il a par ailleurs été soutenu dans le cadre du programme EQUAL de la Commission Européenne.

Conclusion

Il ressort de cette étude une faible implication de la Région Rhône-Alpes sur les questions liées à l'entrepreneuriat migrant. Selon les témoignages recueillis, nous pouvons avancer les explications suivantes : l'inscription dans une tradition française qui refuse les discriminations positives, la méfiance à l'égard des pratiques communautaristes, le basculement de compétences opéré il y a quelques années entre le Ministère des affaires étrangères et le Ministère de l'intérieur. Pour autant, certaines régions ne manifestent pas la même frilosité, c'est le cas dans le Nord Pas de Calais, la région PACA et la région parisienne. Par ailleurs, l'APCE, organisme national incontournable sur les problématiques entrepreneuriales a engagé il y a quelques années une réflexion approfondie sur ces questions.

Mais si la région n'offre pas de dispositifs spécifiques, il est néanmoins possible

¹⁴¹ Les actes seront publiés fin février 2014

¹⁴² <http://www.histoiresdentrepreneurs.org>

¹⁴³ Commission Européenne, *Diversité de l'entrepreneuriat dans une Europe unifiée, Etude et évaluation des Bonnes Pratiques en matière de Promotion de l'Entrepreneuriat issu des Minorités Ethniques*, 5 mars 2008, Bruxelles. pp.59-62

d'identifier dans le foisonnant dispositif d'appui à l'entrepreneuriat, certains outils qui remportent un succès certain auprès du public ciblé. C'est notamment le cas du micro-crédit accompagné tel que proposé par l'ADIE. Les autres instruments d'appui sont, semble-t-il, très largement méconnus des migrants.

Dès lors se pose la question de la bonne porte d'entrée. Vraisemblablement le rôle de la communauté d'origine est essentiel et plusieurs personnes interrogées soulignent l'intérêt qu'il y aurait à envisager des partenariats entre les associations de migrants et les structures d'appui à l'entrepreneuriat.

ANNEXES

Annexe 1 : Références documentaires

APCE, *Personnes migrantes, issues de la diversité ou des quartiers : quel accompagnement à la création d'activité?* 2009, Paris

APCE, *La création d'activité par les personnes migrantes, issues de la diversité ou des quartiers : un levier d'intégration et de croissance pour la France*, 2013, Paris

Bréant H., *Entrepreneuriat et associations diasporiques, le travail de production politique d'une communauté togolaise en France*, Master 1 de science politique, spécialité relations internationales, Dir. Maindo A., Banégas R. et Girard G., Juin 2009, Université Paris 1, Panthéon Sorbonne

Cisame, *Diagnostic sur l'entrepreneuriat immigré en Midi-Pyrénées, Revue critique de*

littérature, novembre 2011, Toulouse

Commission Européenne, *Diversité de l'entrepreneuriat dans une Europe unifiée, Etude et évaluation des Bonnes Pratiques en matière de Promotion de l'Entrepreneuriat issu des Minorités Ethniques*, 5 mars 2008, Bruxelles.

Direction régionale de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale Rhône-Alpes, *Programme Régional d'intégration des populations immigrées Rhône-Alpes, 2010-2012*, mars 2011, Lyon.

INSEE, *La lettre INSEE Rhône-Alpes n°183*, décembre 2012

Loi de financement de la Sécurité Sociale, *Article 16 de la loi n° 2012-1404 du 17 décembre 2012 de financement de la sécurité sociale pour 2013*

PS Eau, FAR Conseil, *Evaluation – capitalisation du Programme Migrations et Initiatives Economiques (2001-2010)*, décembre 2010, Paris

Annexe 2 : Sites internet

ADIE Rhône-Alpes : <http://www.adie.org/regions/rhone-alpes>

Africum Vitae : <http://www.africum-vitae.org>

APCE, étude sur l'entrepreneuriat migrant :
<http://www.apce.com/cid143706/plus-de-25-000-entreprises-creees-par-des-etrangers-chaque-annee-en-france.html?C=173&espace=1>

Les Boutiques de gestion : <http://www.bge.asso.fr/>

Créafil : <http://www.creafil.rhonealpes.fr/>

L'équipe Rhône-Alpes de l'Export : <http://www.rhonealpes.fr/408-accompagnement-developpement-international.htm>

Histoires d'entrepreneurs : www.histoiresdentrepreneurs.org/

Lyon Ville Entrepreneuriat : <http://www.lyon-ville-entrepreneuriat.org/>

Nacre : www.emploi.gouv.fr/nacre

Annexe 3 : Les opérateurs d'appui à l'entrepreneuriat

Le label Lyon Ville de l'Entrepreneuriat

Réseau d'appui à la création, la reprise ou la cession d'entreprise créé en 2004. **Depuis 2007, les structures du réseau sont évaluées régulièrement sur la base de 65 critères de qualité pour obtenir le label Lyon Ville de l'Entrepreneuriat.**

Le réseau compte 48 membres dont 33 structures opérationnelles d'accompagnement et 15 partenaires institutionnels

Liste des membres labellisés (Novembre 2009)

Action'Elles (post création), Adam Créateurs (ante création), ADIE, ADIE-Boutique de l'initiative Vaulx en Velin, ADIE-Boutique de l'initiative Vénissieux (porte d'entrée boutique de l'initiative, post création, financement), ADL Villeurbanne (ante création), Cabestan (ante création), Cap Services (ante création), CCI- Antenne de Chassieu, CCI - Antenne de Corbas, CCI - Antenne de Givors, CCI - Antenne de Limonest, CCI - Antenne de Oullins, CCI - Antenne de Rillieux, CCI - Antenne de Villeurbanne, CCI de Lyon (porte d'entrée, ante création, post création), CIDFF, CIDFF-Antenne de Bron, CIDFF, Antenne de Rillieux, CIDFF-Antenne de Vénissieux (ante création, porte d'entrée), CMA69 (porte d'entrée, ante création, post création), CREALYS (ante création), Créons, SCOP (ante création), DACE Feyzin (ante création), DACE St Priest (ante création, porte d'entrée), Elycoop (ante création), Escal'Création (ante création), Graines de SOL (ante création), la Coursive d'entreprise Saint Fons (ante création, porte d'entrée, post création), le Village des créateurs (post création), MCE La Duchère (ante création, porte d'entrée), Novacité (porte d'entrée, post création), Pépinière CARCO (post création), Pépinière Saône Mont d'Or Création (post création, porte d'entrée), RDI (post création, financement), Service Eco Ville de Bron -Activ'Idées (porte d'entrée, ante création), Service Eco Ville de Rillieux la Pape-CREAR (porte d'entrée, ante création), Service Eco Ville de Vénissieux (porte d'entrée, ante création), Talent 9 (ante création), Union régionale des SCOP (porte d'entrée, ante création, post création).

Créafil

Réseau d'aide à la création d'entreprise, Créafil a été créé en 2009 pour étendre à l'ensemble de la Région les services offerts par Lyon Ville de l'Entrepreneuriat.

Liste des réseaux régionaux :

L'ADIE , Association pour le droit à l'initiative économique

Elle finance et accompagne des chômeurs créateurs d'entreprise qui n'arrivent pas à obtenir un financement bancaire classique pour financer le démarrage de leur entreprise. Présente sur l'ensemble de la région Rhône-Alpes, en complément, des microcrédits l'association peut octroyer des aides iDécl'ic Prêts d'honneur ou Prim'

Association nationale des Coopératives d'Activités (Copéa)

Les coopératives proposent aux entrepreneurs de tester, développer et pérenniser leur projet avec un statut de salarié en étant accompagnés dans un cadre coopératif

Les 11 Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de Rhône Alpes

Elles représentent les intérêts des entreprises rhônalpines et mènent sur leur territoire de nombreux programmes d'actions en faveur du développement économique local.

Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat Rhône-Alpes

Elles développent un ensemble de prestations destinées à aider les artisans tout au long de leur vie professionnelle, en matière de promotion et de défense du secteur, démarches administratives, accompagnement des entreprises et de l'apprentissage, progression des compétences et qualifications.

Pôle Emploi Rhône-Alpes

Issu de la fusion de l'ANPE et des Assédic, **Pôle emploi** est l'acteur majeur du retour à l'emploi. En matière de création et reprise d'entreprise, les 88 sites Pôle Emploi accueillent et accompagnent les demandeurs d'emploi dans leur parcours.

Réseau Entreprendre Rhône-Alpes

En Rhône-Alpes, 7 associations membres de Réseau Entreprendre® couvrent l'ensemble du territoire régional et rassemblent 600 chefs d'entreprise en activité, engagés bénévolement dans l'aide aux créateurs et repreneurs de futures PME à fort potentiel de création d'emplois. Leur vocation première est d'accompagner les femmes et les hommes qui entreprennent, en s'appuyant sur le savoir-faire de dirigeants confirmés.

Rhône-Alpes Initiative et Rhône-Alpes Active

Ces deux réseaux réunissent dans la région 27 plateformes France Initiative et 6 Fonds territoriaux **France Active**. Initiative Rhône-Alpes accompagne chaque année environ 1500 porteurs de projets de création ou reprise d'entreprises avec un outil identique : iDéclic Prêt d'honneur, un prêt à la personne sans intérêt et sans garantie personnelle, qui permet de faire levier sur un emprunt bancaire.

Rhône-Alpes Active mobilise pour les chômeurs créateurs des fonds de garantie qui crédibilisent le projet auprès des banques et se substituent à d'éventuelles cautions personnelles. Les associations des deux réseaux peuvent également octroyer des subventions Idéclic Prim' et des prêts Nacre.

Union régionale des Centres d'Information sur les droits des femmes et des familles

Les **CIDFF de Rhône-Alpes**, associations Loi 1901, membres du réseau national des CIDFF (114 CIDFF), exercent une mission d'intérêt général confiée par l'Etat. Lieux d'accueil, d'information, et d'accompagnement pour les femmes, leur objectif est de favoriser l'autonomie sociale, professionnelle et personnelle des femmes et l'égalité entre les femmes et les hommes.

Union Régionale des SCOP Rhône-Alpes

L'Union Régionale regroupe, fédère et accompagne le développement des entreprises coopératives de Rhône-Alpes dans le BTP, l'industrie et les services. Depuis 25 ans, l'Union Régionale propose un accompagnement complet (économique, financier et juridique) pour tous les projets collectifs de création, de transmission d'entreprises, de reprise d'entreprises en difficulté ou de

transformation d'association en société coopérative et assure un suivi post-crédation (tableaux de bord, accompagnement des dirigeants).

L'équipe Rhône-Alpes de l'Export

Cette équipe regroupe l'Etat, la Région, la Chambre de commerce et d'Industrie de région Rhône-Alpes, avec le Comité régional des CCEF (Conseillers du Commerce Extérieur de la France), COFACE (Cie Française d'Assurance pour le Commerce Extérieur), Rhône Alpes BPI France (Banque Publique d'Investissement), le MEDEF Rhône-Alpes (Mouvement des Entreprises de France), la CGPME Rhône-Alpes (Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises), l'OSCI (Opérateurs Spécialisés du Commerce International), ERAI (Entreprise Rhône Alpes International), UBIFRANCE (Agence française pour le développement international des entreprises) et la CRMA (Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat).

Pour la zone Afrique, ERAI dispose d'un bureau au Maroc et d'un bureau au Burkina Faso.

Le dispositif NACRE

Ce dispositif est piloté par le ministère du travail, de l'emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social, dans le cadre d'un partenariat avec la Caisse des dépôts, pour aider les personnes sans emploi ou en difficulté durable de créer ou de reprendre une entreprise.

On dénombre une soixantaine d'opérateurs sur l'ensemble du territoire.

Les opérateurs de Rhône-Alpes Initiative : Bugey initiative, Centre Ain Initiative, Voltaire Initiative, Ardèche Nord Initiative, Ardèche Sud Initiative, Alpes Grésivaudan Initiatives, Isère Sud Initiative, Nord Isère Initiative, Pays Voironnais Initiative, Loire active, Loire Initiative, Rhône Pluriel Initiative, Annecy Initiative, Arve Giffre Initiative, Chablais Initiative, Genevois haut savoyard initiative, UAPI, VDDI, IEDV, RDI, MCAE,

L'ADIE, les chambres de commerces et d'Industries, les chambres des métiers et de l'artisanat, le réseau entreprendre, Activ Conseil, le CIDF 69 (centre d'information sur le droit des femmes), des agences de développement économique locales (Alberville Expansion, Avant pays savoyard SMAPS, MAURIENNE EXPANSION (SAEM)), des associations locales (IDEO 71, CREA PLUS, MIF est isère, ST Ange Développement, ADL, ASPIE, Clymats d'entreprise, CRE'ACTEUR, SVH, ADISE, Appui Gestion Scop Entreprise R-A, Association Egée), ADASEA Régional, Compagnie Fiduciaire Grésivaudan, Centre de Formation Michel Dupraz, Créons Scop, In Extenso cote du Rhône.

Les boutiques de Gestion (BGE)

On compte 20 antennes :

2 dans l'Ain : Antenne Bourg en Bresse et Permanence d'Oyonnax

8 dans l'Ardèche : Annonay, Aubenas, Tournon, La Voulte, Lamastre, le Teil, le Cheylard

3 dans la Drôme : Nyons, Pierrelatte, Valence

5 dans la Loire : Rive de Gier, Roanne, Savigneux, St Chamond, St Etienne

2 dans le Rhône : Lyon et Villefranche sur Saône

Il n'y a aucune boutique de gestion dans l'Isère, la Savoie et la Haute Savoie.

Annexe 4 : Grille d'entretien

1) Informations préliminaires sur l'institution

N°	Date et lieu de l'entretien	Nom et prénom	Fonction	Nom de l'organisation/service	forme juridique (public, privé, coopérative, etc)
Service offert	Existence d'un service dédié aux migrants?	documents utiles (web, rapports, etc)	Financement du service (collectivités, ministère, privés, etc.)	Taille du service (nombre de personnes)	

2) Grille d'entretien

N°	Thèmes	questions
1	Services offerts	Quels types de services proposez-vous? (conseil, financement, mise en relation, etc.) Quels sont vos objectifs? Offrez-vous des services spécifiques pour les migrants? Sinon pourquoi? Si oui, lesquels? Depuis quand le service existe? Votre service s'inscrit-il dans la durée? (Aide ponctuelle, suivi?)
2	Bénéficiaires	A qui s'adressent vos services? Hommes/femmes/jeunes/migrants Quels types d'entrepreneurs? TPE/PME Quels secteurs d'activité? Quel % de migrants? Si migrants, quelles caractéristiques ? (niveau d'éducation, pays d'origine, âge, sexe, niveau d'intégration, nouveaux entrepreneurs, etc.) Quelles sont les besoins spécifiques des migrants? êtes-vous très sollicités?
3	Bonnes pratiques/critiques	Quels services privilégient vos interlocuteurs? Pensez-vous que vous répondez à leurs attentes? Avez-vous des exemples de bonne adéquation entre la demande et votre réponse? Quelles sont les plus grandes difficultés? Avez-vous fait évoluer votre offre et si oui pourquoi? Avez-vous mis en place des outils innovants? Quels sont selon vous les facteurs de réussite?
5	Perspectives	Quelles améliorations vous semblent nécessaires? Possibles? Avez-vous des projets d'amélioration ou d'extension?
6	Collaboration avec d'autres organismes	Collaborez-vous avec d'autres acteurs? Privés, publics, associatifs? Si oui, Pourquoi? Quels résultats? Si non, Pourquoi? est-ce une direction à suivre? Selon vous, les migrants que vous recevez bénéficient-ils d'autres soutiens? (associations, antennes, compatriotes, etc.)
7	Contacts	Connaissez vous des entrepreneurs migrants qu'il serait pertinent de rencontrer?
8	Autres	Avez-vous des commentaires à ajouter?

Annexe 5 : Liste des acronymes

ACF : Accompagnement, Conseil, Formation

ADIE : Association pour le Droit à l'Initiative Economique

ADEA : Association pour le Développement des Entreprises en Afrique

APCE : Agence Pour la Création d'Entreprise

BGE : Boutiques de Gestion

CCI : Chambres de Commerce et d'Industrie

Copéa : Association nationale des Coopératives d'Activités

CRMA : Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat

DAAEN : Direction de l'Accueil, de l'Accompagnement des étrangers et de la Nationalité

DRJSCS : Direction Régionale de la Jeunesse et des sports et de la Cohésion Sociale

EPEE : Echange et Professionnalisation pour l'Emergence d'Entrepreneurs

GAME : Groupe d'Appui à la Micro Entreprise

LVE : Lyon Ville Entrepreneuriat

NACRE : Nouvel Accompagnement pour la Création et la Reprise d'Entreprise

SINE : Système d'Information sur les Nouvelles Entreprises

PMIE : Programme Migrations et Initiatives Economiques

PS Eau : Programme Solidarité Eau

PRIPI : Programme Régional pour l'Intégration des Populations Immigrées

ZFU : Zone Franche Urbaine

Annexe 6 : Suivi des entretiens

N°	Date et lieu de l'entretien	Nom et prénom	Fonction	Nom de l'organisation /service	forme juridique (public, privé, coopérative, etc)	Service offert
1	29/01/2014 (tel)	Sylvette Milin	Chargée de mission	PS Eau	Association	PMIE : Appui, bourse étude de faisabilité, aide au retour
2	28/01/2014 (tel)	Marie Laure Gibaud	Ancienne coordinatrice	PSEau	Association	PMIE : Appui, bourse étude de faisabilité, aide au retour
3	28/01/2014 (tel)	Jean-François Fougnet	Chef de service	DRJSCS(Dir Régionale de la jeunesse, des sports et de la cohésion sociale) RA	Service public	Programme PRIPRI
4	28/01/2014 (tel)	Marianne Jay	Responsable	Coopérative d'activité Talents 9	coopérative	aide à la création d'activité
5	29/01/2014 (tel)	Nora Bouhafis	Responsable	Maison de la Création d'entreprise		aide à la création d'activité
6	30/01/2014 (tel)	Michel Beyet	Responsable affaires européennes	CCI Rhône Alpes	chambre consulaire	services aux entreprises
7	30/01/2014 (tel)	Loren Ugolini	Responsable accompagnement	Couveuse auxime - Envoly	Société	portage
8	31/01/2014 (tel)	Daniel Koutia	Président	ACF	Association	appui, formation, conseil
9	31/01/2014 (locaux cosim)	Angèle Mignonac	Responsable accompagnement	ADIE	Association	micro-crédit accompagné
10	04/02/2014 (tel)	Bernadette Sozet	Directrice	Initiative Rhône Alpes	Association	Appui, financement
11	04/02/2014 (tel)	Radeda Kerboudj	Responsable auprès de la DG de la création par les PMD	APCE	service public	aide à la création d'entreprise

B. Activités et implications des associations de migrants en Rhône-Alpes pour la mise en place et le soutien à l'entrepreneuriat migrant des ressortissants d'Afrique francophone

par COSIM Rhône-Alpes, Laurine Lepley assistée par Clara Chépeau

Introduction

La création d'entreprise par les personnes immigrées ou issues de l'immigration reste largement méconnue. Pourtant c'est un thème d'actualité qui questionne bon nombre d'acteurs, institutionnels, financiers, associatifs et privés, individus. Une étude réalisée par l'Agence pour la Création d'Entreprise (APCE) et la direction de l'accueil, de l'accompagnement des étrangers et de la nationalité (DAAEN, ex. DAIC) en 2010 auprès de personnes migrantes (issues de la diversité ou des quartiers) ayant créé leur entreprise – auto-entrepreneurs et entreprises dites « traditionnelles » -a été publiée par la revue « Les Echos Management » en décembre 2013.

Elle révèle ainsi que « 22% des entreprises créées en France par des étrangers emploient des salariés au démarrage, contre seulement 12% des entreprises créées par des Français ». D'autres résultats, montrent également une très faible part du statut d'auto-entrepreneur (3% seulement des sondés le choisiraient) ; le recours à l'argent personnel comme alternative au financement bancaire, désigné comme le principal frein pour cette population cible ; une option mise sur l'innovation, 47% ayant apporté des améliorations significatives sur leur marché ; et une logique de développement de l'emploi salarié plus forte que chez des créateurs de nationalité française.

Ces résultats, qui interrogent sur l'identité de ces créateurs d'entreprise étrangers, la nature de leurs activités et, plus généralement, leurs spécificités par rapport aux créateurs français, questionnent également les mécanismes et les réseaux sur lesquels ces entrepreneurs s'appuient.

En effet, plus méconnue encore que la création d'entreprise elle-même, le processus de création, en amont et en aval des financements, les réseaux et structures ressources sollicités sont encore pour beaucoup un véritable point d'interrogation. A quels types d'accompagnement les créateurs d'entreprise issus de l'immigration font-ils appel ? Ont-ils accès aux réseaux et aux dispositifs « officiels » de la même façon que les créateurs « français » ? Sollicitent-ils plutôt les réseaux informels, privés ou associatifs, ici et/ou là-bas ? Quels liens maintiennent-ils avec leurs pays d'origine et les communautés de ressortissants dans leurs lieux de vie ?

C'est sur la base de cette problématique du lien entre les migrants entrepreneurs et leurs communautés et/ou pays d'origine que se construit notre étude. Plus

spécifiquement, nous nous intéressons aux associations de migrants de la Région Rhône-Alpes, à leurs membres entrepreneurs et aux services que ces associations leur mettent ou non à disposition.

La connaissance empirique du COSIM Rhône-Alpes sur les associations de migrants nous permet de poser une première hypothèse de travail : le rôle des associations dans le soutien à l'entrepreneuriat migrant est avant tout centré sur la mise en relations et le transfert d'informations. L'association de migrants jouerait donc le rôle de « tremplin », de « plateforme d'échanges et d'informations » permettant d'accéder aux réseaux plus formels d'appui, pourvoyeurs notamment de financements. Parmi les accompagnements proposés, de bonnes pratiques peuvent être identifiées.

Afin de valider ou non ce postulat, nous présenterons en premier lieu un panorama des associations de migrants recensées en Rhône-Alpes, avec leurs principales caractéristiques. Puis, nous ferons l'inventaire des services que ces dernières mettent à disposition des entrepreneurs migrants et analyseront l'influence de la structuration de ces acteurs avec les entreprises et les acteurs de la coopération internationale sur la qualité des services. Enfin, nous aborderons les relations actuelles et potentielles entre projets associatifs et projets d'entrepreneuriat portés par des acteurs issus des migrations.

La conclusion nous permettra de revenir sur le rôle réel des associations de migrants dans le soutien et la mise en place des activités économiques de leurs compatriotes ainsi que les bonnes pratiques recensées, dont il serait intéressant de poursuivre l'analyse.

B.1. Contexte de l'étude

Cette étude s'inscrit dans le cadre du projet IMPRA - Entrepreneuriat migrant au Piémont et Rhône-Alpes: dialogue structuré entre associationnisme migrant et coopération internationale (Fonds européen pour l'intégration des citoyens des pays tiers, Projet 104454 - CUP H19G13000320005) - porté par le Consortium des ONG Piémontaises (COP) en partenariat avec la Province de Turin, les ONG CISV et CICSENE, l'UPM et en collaboration avec Resacoop en Rhône-Alpes.

L'objectif général du projet est de contribuer à l'amélioration de la qualité des politiques en matière d'intégration et de soutien aux activités économiques transnationales des migrants.

Dans ce cadre, deux études sont menées en parallèle sur les territoires de la Province de Turin et de la Région Rhône-Alpes afin d'approfondir le rôle des associations de migrants dans le soutien aux activités transnationales. Afin de mener à bien cette étude comparative entre les systèmes italiens et français, le COP a sollicité le COSIM Rhône-Alpes, via le Resacoop, pour réaliser une étude préalable centrée sur le rôle des associations de migrants rhônalpines auprès des entrepreneurs migrants et permettre l'identification de bonnes pratiques, qui feront l'objet d'échanges entre les deux parties.

Les volets complémentaires de l'étude, relatifs aux dispositifs publics existants autour de cette question d'accompagnement et sur les parcours individuels des entrepreneurs migrants, ont été confiés au bureau de consultant international KapE 360 sas.

Objectifs

Les objectifs de cette étude préalable sont les suivants :

- Analyser les associations de migrants de la Région Rhône Alpes selon leurs principales caractéristiques
- Identifier et analyser les services mis à disposition des migrants entrepreneurs par les associations de migrants, et présenter les bonnes pratiques rencontrées. Un focus relatif à l'appui aux activités transnationales sera effectué.
- Identifier et analyser les activités économiques transnationales des entrepreneurs membres des associations de migrants, et présenter les bonnes pratiques rencontrées.
- Analyser les relations actuelles et potentielles entre les associations de migrants, les acteurs de la coopération internationale (ONG et autres acteurs locaux) et les entreprises migrantes transnationales.

c. Le COSIM Rhône-Alpes

Créé en 2007, le COSIM Rhône-Alpes (Collectif des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations) regroupe en 2014 55 associations membres, représentant vingt pays d'origine. Ces associations, appelées OSIM (Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations), sont porteuses d'une part de projets de développement dans leurs pays d'origine, dans des domaines variés, et, d'autre part, d'initiatives de développement local, sur des thématiques culturelles, sociales, sportives ou économiques. Le COSIM accompagne ces associations vers la concrétisation de leurs projets de solidarité internationale mais également les projets locaux, au niveau de la conception, du suivi et de l'évaluation, de la recherche de financement.

De 2008 à 2009, le COSIM Rhône-Alpes a proposé un dispositif d'appui aux individus porteurs de projets économiques dans leurs pays d'origine, grâce au concours de l'OSIM « Appui Conseil Formation » (ACF), membre fondateur du collectif, qui exerçait déjà cette activité d'accompagnement dans ses activités courantes. Un pôle d'accompagnement économique pour les migrants a ainsi été mis en place, prenant notamment la forme de permanences d'accueil pour les initiatives économiques locales. Après le départ d'ACF, le collectif n'a cependant pas prolongé cette activité, faute de ressources humaines pour soutenir l'initiative.

Bien que limité, il y a donc un historique de services apportés par le COSIM Rhône-Alpes aux entrepreneurs migrants. Fort de son réseau associatif lié au milieu de la migration ainsi que celui de ses membres, le COSIM a ainsi été choisi pour mener cette étude.

B.2. Méthodologie de l'étude

Le public ciblé par l'étude regroupe les entrepreneurs d'Afrique francophone. Nous nous intéresserons donc plus particulièrement aux associations de migrants issus des pays d'Afrique francophone, Maghreb et Afrique Subsaharienne.

Etant majoritairement dans un milieu informel, nous avons basé notre étude sur des entretiens semi-directifs à durée variable, appuyés par des questionnaires élaborés conjointement avec les partenaires en Région Piémont. La compréhension de la thématique par les personnes interrogées, la disponibilité dans le temps imparti par l'étude, la réticence de certains à aborder un sujet qu'ils peuvent estimer comme privé (et non relatif à l'associatif) expliquent le faible nombre de documents papiers.

Principales étapes suivies :

- Revue bibliographique sur l'état général de l'entrepreneuriat migrant en France et en Rhône-Alpes, les caractéristiques, les freins et les besoins exprimés ;
- Revue des différents types d'associations de migrants recensées en région Rhône-Alpes ;
- Identification des différentes parties prenantes et réseaux dans le domaine de l'appui à l'entrepreneuriat et place des associations de migrants en leur sein ;
- Convocations et planification des entretiens auprès des acteurs suivants :
 - o OSIMs : Femmes de Labé, Espace Afrique/Afrique verte, Relais des Parents, APAP-K, ASDSSI, APLI ;
 - o Associations et collectifs de migrants : Africa 50, YELEN, ACF, ABL, ABRA, CIDDC, ABRA, CIDRA ;
 - o Association d'accompagnement dans le projet entrepreneurial : ADIE, Chambre de Commerce et d'industrie franco béninoise, CIDDC
 - o Personnes ressources :
 - Benjamin Vanderlick : ethnologue, auteur d'une étude sur le périmètre de la Guillotière, quartier très commerçant situé dans le 7^e arrondissement de Lyon et surnommé « La petite Afrique »
 - Yaya Kane : ancien chargé de mission au Programme Migrations et Initiatives Economiques (PMIE)
- Retranscription des entretiens, analyse et confrontation avec les données issues de la revue bibliographique ;
- Identification et mise en avant des bonnes pratiques en s'inspirant de la démarche « Making it work »¹⁴⁴ élaborée et appliquée par Handicap International ;
- En parallèle, un workshop a été organisé à Lyon le 4 février 2014 afin de mettre en perspective les premières informations recueillies auprès des personnes interrogées et les confronter avec d'autres membres d'associations de migrants.

¹⁴⁴ <http://www.makingitwork-crpd.org/>

Limites de l'étude

Les principales difficultés rencontrées pendant cette étude sont les suivantes :

- Echéances courtes attribuées la phase d'enquête afin de permettre une mobilisation efficace des acteurs, une relation de confiance devant auparavant s'instaurer à moyen terme (plusieurs entretiens) afin que les enquêtés développent les points d'intérêts ciblés par notre étude.
- Manque de disponibilités des participants, occupant une à plusieurs activités : les questionnaires étant souvent jugés comme trop longs pour pouvoir réaliser un entretien « en bonne et due forme »;
- Etendue du sujet – toutes associations de migrants confondues- et du territoire d'action – la région Rhône-Alpes est une des plus grandes de France avec 8 départements, sur lesquels le COSIM Rhône-Alpes possède un rayonnement limité ;
- Manque de données quantitatives existantes sur cette thématique dans la région Rhône-Alpes;
- Multiplicité des compréhensions autour du terme « entrepreneuriat », qui est indifféremment associée à une activité économique ou associative;
- Flou autour du terme « association de migrants », qui regroupent des associations juridiquement constituées et des regroupements informels. De plus, les définitions sur le volet « migrants » peuvent diverger.

B.3. Résultats de l'étude

B.3.1. Panorama des associations de migrants en Rhône-Alpes : une diversité d'acteurs

La notion de communauté transnationale renvoie à : « des communautés composées d'individus ou de groupes établis au sein de différentes sociétés nationales, qui agissent à partir de références (territoriales, religieuses, linguistiques) et d'intérêts communs et qui s'appuient sur des réseaux transnationaux pour renforcer leur solidarité par-delà les frontières nationales »

(Kastoryano, 2000 : 353).

Depuis le début des mouvements migratoires, les populations immigrées se réunissent en groupe autour d'une dynamique culturelle, d'un besoin d'union et de solidarité face aux problématiques spécifiques rencontrés. La mise en place du statut associatif en 1901 a donné une base d'organisation à ces groupements sans pour autant permettre une constitution juridique officielle. Seules les organisations « issues des migrations », soit constituées par des « enfants de migrants », se formalisaient en associations pour favoriser l'insertion. Il faudra attendre la loi du 9 octobre 1981 pour que les étrangers

aient le droit de se constituer juridiquement en association de loi 1901. Toutefois, la logique de satisfaction des besoins primaires (régularisation administrative, logement, santé, travail) a d'abord incité les ressortissants à agir à leur propre niveau individuel avant de pouvoir agir pour autrui.

La structuration sous forme associative tend à se démocratiser mais elle ne représente bien entendu pas le seul vecteur de lien social pour une diaspora. Selon les cultures, les lieux de cultes, de socialisation (bar, salon de thé, maquis, etc.) représentent également des plateformes de mise en réseau. La particularité d'une association juridiquement constituée – par rapport à un regroupement informel – réside autant dans son organisation au niveau administratif, qui lui permet d'être identifiée par les autres acteurs comme une entité propre, que dans le réseau qu'elle se constitue, qui favorise la circulation et l'accessibilité de l'information.

Dans son mémoire « Le migrant africain du grand- Lyon : l'agir social et économique à construire. Enjeux, discours d'acteurs, pratiques, stratégies et cadres d'intégration, de mobilisation et valorisation des compétences des migrants sub-sahariens de l'agglomération lyonnaise »¹⁴⁵, centré sur les transferts de ressources non financières des migrants, Issopha Nsangou distingue principalement trois types de réseaux associatifs de migrants :

- les diasporas de savoir ou expertes, qu'il appelle « transculturelles » ;
- les associations professionnelles d'appui aux migrants ;
- les associations communautaires constituées sur une base ethno-régionaliste. ;

Notre brève étude en Rhône-Alpes, basée sur les services non financiers mais aussi financiers que peuvent apporter les associations de migrants, nous a permis de balayer dans les grandes lignes les principaux types d'associations de migrants (OSIMs y compris) et leurs lignes d'action.

Nous retrouvons cette même base de la double entrée d'un regroupement par pays d'origine et/ou par région de vie, reprise dans le concept « d'ethno-régionalisme » développé par Issopha Nsangou. L'entrée « pays » caractérise des personnes se revendiquant comme ressortissants d'un même village, d'une même ville, d'une même région et/ou d'un même pays, tandis que l'entrée dite « thématique », permet à des individus de se regrouper selon des affinités propres, qui dépassent l'identité géographique et l'origine commune : le genre, le sport, la jeunesse, la culture, l'économie, etc.

¹⁴⁵ <http://www.memoireonline.com/01/14/8649/Le-migrant-africain-du-grand-Lyon-L--agir--social-et-economique--construire-Enjeux-discours.html>

Nous avons pu constater qu'à partir de ces deux points d'ancrage, une démultiplication des acteurs et des actions ainsi qu'un recoupement entre les différentes actions pouvaient s'opérer. La Région Rhône-Alpes constituant la deuxième région la plus importante pour la population immigrée résidente (derrière la région Île-de-France) et celle où le maillage et le dynamisme associatifs afférents sont l'un des plus importants de France¹⁴⁶. Nos recherches n'ont fait que confirmer la diversité et la richesse du milieu associatif dit « migrant », auquel il faut ajouter les regroupements de personnes issues des migrations non constitués en associations (ex : regroupement communautaire).

Parmi les associations formalisées, plusieurs types d'organisation existent, différenciés essentiellement par leur objet ou public. Ces associations peuvent répondre aux différentes étapes que peuvent rencontrer un migrant dès son arrivée, des besoins et de l'évolution de ses aspirations au fil du temps. Nous présentons ci-dessous les cinq catégories identifiées.

B.3.1.1. Les associations de regroupement par communauté d'origine

Le regroupement par nationalité est la première forme d'association formelle et/ou informelle des migrants (les deux pouvant se compléter). Les vagues migratoires rassemblent des personnes issues des mêmes diasporas dans des territoires de vie. Ces derniers se réunissent autour d'une origine commune liée essentiellement à un sentiment d'appartenance à un même pays d'origine.

Depuis plusieurs décennies, la région Rhône-Alpes est un pôle d'attraction des vagues de migrations, politiques et/ou économiques. Les premières migrations se concentraient sur les populations européennes frontalières (italiens, espagnols) qui se sont élargies ensuite à d'autres populations de la zone (portugais, algériens) mobilisées de plus en plus pour répondre à la croissance et au développement économique de la région.

Les différentes diasporas se réunissaient dans un premier temps afin de pallier aux problématiques d'insertion rencontrées par les nouveaux arrivants sur le territoire. Ce regroupement a donc pour motivation l'entraide, la solidarité autour des difficultés (administratives, professionnelles, personnelles) rencontrées par un ressortissant.

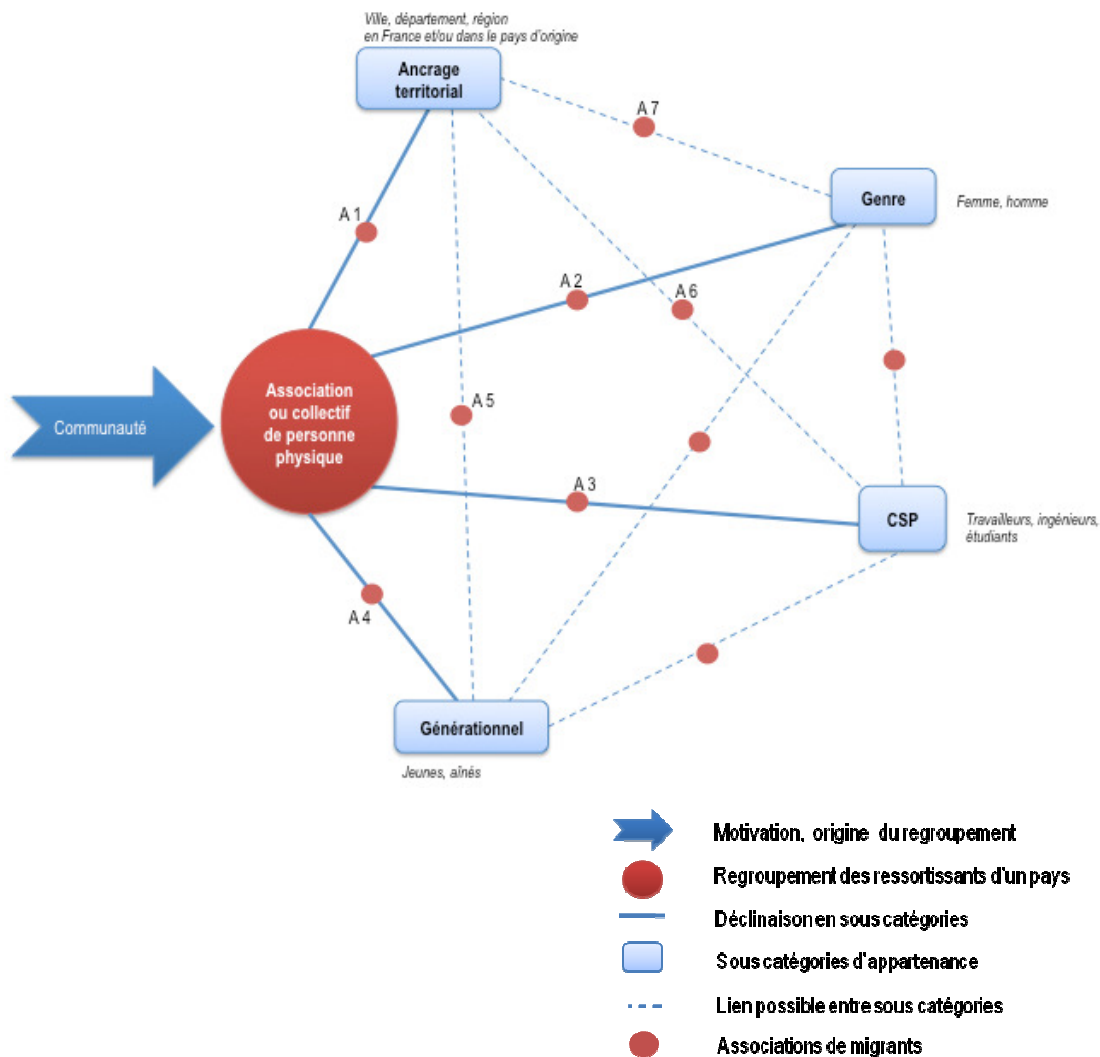
Des témoignages de membres d'associations recueillis lors de nos entretiens nous le confirment : un nouvel arrivant en Rhône-Alpes, à Lyon en particulier, s'adressera naturellement à des ressortissants de la communauté à laquelle il s'identifie, recherchant les lieux dans lesquels il aura le plus de chance de les croiser. Il peut s'agir selon les cas et les cultures de lieux de culte, de bars, restaurants, foyers, etc.

¹⁴⁶ Rien que dans le département du Rhône, près de 60.000 associations sont officiellement déclarées, dont environ 30.000 sont actives, et 9638 identifiées dans le Répertoire départemental des associations, tous secteurs confondus, hors associations politiques. (NSANGOU, 2012).

L'entrée étant « communautaire », ce type de regroupement se caractérise ainsi par une grande diversité d'acteurs, représentant différentes catégories socio économiques. Des systèmes de solidarité se développent au sein des communautés constituées ou non en associations juridiques. Il peut prendre la forme d'un soutien moral, de conseil ou d'un soutien économique solidaire. Bien qu'utilisé essentiellement à des fins sociales et personnelles au vu des faibles montants qu'ils représentent, des systèmes de « tontine » s'organisent de manière informelle. Cette forme de solidarité rejoint la constitution des caisses de solidarité, amorcées à la fin des années 1950 pour mutualiser les différents risques (rapatriement, maladie, chômage, etc.) inhérents au séjour en migration des immigrants originaires de la zone du fleuve Sénégal (Mali, Mauritanie, Sénégal).

Ces associations peuvent ensuite se décliner en plusieurs sous-ensembles qui se regroupent en fonction de certaines caractéristiques spécifiques: les jeunes, les femmes, les étudiants, les travailleurs, etc.

Possibilité de positionnement des associations de migrants, basées sur le pays d'origine



Exemples :

A1 : Association des burkinabés de Lyon (ABL), Association des gabonais de Lyon, Association des béninois de Rhône-Alpes (ABRA), Communauté Ivoirienne de la Région Rhône Alpes (CIRAL), Association de la Communauté Tchadienne en Rhône-Alpes (ACTRA), Union des Sénégalais de la Casamance à Lyon (UCL), Confluence Maroc Rhône-Alpes (COMARA), Association des Ressortissants de la Vallée du Fleuve Sénégal (ARVFS), Collectif des togolais de Rhône-Alpes, Collectif des Maliens de la Région Rhône-Alpes (CMRA), Cameroun Solidaire de la Haute Savoie (CSHS), Association Ivoirienne des Savoies (AIS), Association des guinéens et amis d'Annemasse et environs, Entraide et Solidarité Algériens de la Loire, Association des Ressortissants Sénégalais de Roanne, Union des Moroniens de Rhône-Alpes (UMRA), Les amis de tous, etc.

A2 : Union des Femmes Comoriennes (UFC)

A3 : Association des Médecins Africains de France (AMAFF),

A4 : Association des Jeunes Guinéens de France (AJGF)

A5 : Association pour la Jeunesse Camerounaise de Rhône-Alpes (AJCRA), Association des Jeunes Marocains de l'Ain (AJMA)

A6 : Association des étudiants de cultures africaines de Lyon, Amicale des Travailleurs Sénégalais de Lyon (ATS), Association des étudiants maliens de l'Isère, Collectif des Etudiants Sénégalais de Lyon (CESEL), Association des Etudiants et Stagiaires Camerounais de Lyon (AESCL), Association des Marocains aux Grandes Ecoles de Lyon (AMGE-Caravane)

A7 : Femmes de Labé, UFAB (Union des Femmes et amis du Bénin), Ligue des Femmes Africaines de Lyon (LIFAL), Association des Femmes Sénégalaises de Lyon (AFS), Association des Femmes Comoriennes de Oichilien Rhône-Alpes (FDCORA)

B.3.1.2. Les associations par « thématique »

Ce type d'association de migrants se concentre sur une thématique, telle que la culture ou encore le sport, autour de laquelle des individus vont se retrouver pour partager une culture identitaire. Elles s'inscrivent la plupart du temps dans un territoire bien identifié et plutôt restreint, propice au partage, rencontre et aux échanges. Le vecteur de rassemblement, principalement l'entraide, est semblable aux associations citées précédemment, les statuts reprenant souvent ce thème cité en objet de l'association. Nous avons cependant décidé de les distinguer car le partage de la culture ou d'un loisir comme le sport fait partie intégrante de la dimension communautaire, à partir du moment où il devient un critère de rassemblement de personnes partageant ces mêmes valeurs ou « identité ». Dans beaucoup de cas, cette identité ne se restreint pas à une appartenance communautaire dite « nationale » mais s'applique à une population plus large qui regroupe souvent plusieurs pays d'origine.

Nous pouvons ainsi compter en Rhône-Alpes : Daradji (*association* sénégalaise basée à Lyon ayant pour but de favoriser le développement de la culture africaine en région Rhône-Alpes), Africa 50 (collectif d'associations de culture africaine et des amis de l'Afrique), Association Sportive Centrafricaine de la Loire (ASCA 42), Collectif Sportif des Guinéens de l'Isère, Awal Grand-Lyon (association lyonnaise franco-berbère), Peuplement et Migration et l'empreinte amazigh. Toutes ces associations ont pour objectif de regrouper leurs membres autour d'activités communes, permettant de célébrer leurs valeurs sportives, culturelles, sociales, et d'échanger avec leurs sympathisants. La dimension économique est majoritairement absente.

B.3.1.3. Les Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations (OSIM)

Les Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations ou OSIM se distinguent des autres associations de migrants par leur inscription volontaire dans le double espace de l' « ici » et du « là-bas », le premier représentant leur pays et lieu de vie majoritaire, le second leur pays d'origine ou d'attachement, en dehors de la France. Les activités menées concernent donc tout autant l'international que le local, bien que la majorité des actions se déroulent en premier lieu dans le pays d'origine.

A titre d'exemple, au COSIM Rhône-Alpes, sur 55 associations officiellement membres, 90% ont commencé par des activités à l'étranger, dites de « co-développement », avant de s'organiser au niveau local. Une petite partie n'a encore jamais mené d'actions de solidarité sur le territoire de vie, au-delà de l'organisation d'évènements permettant de mobiliser des fonds pour les projets à l'international.

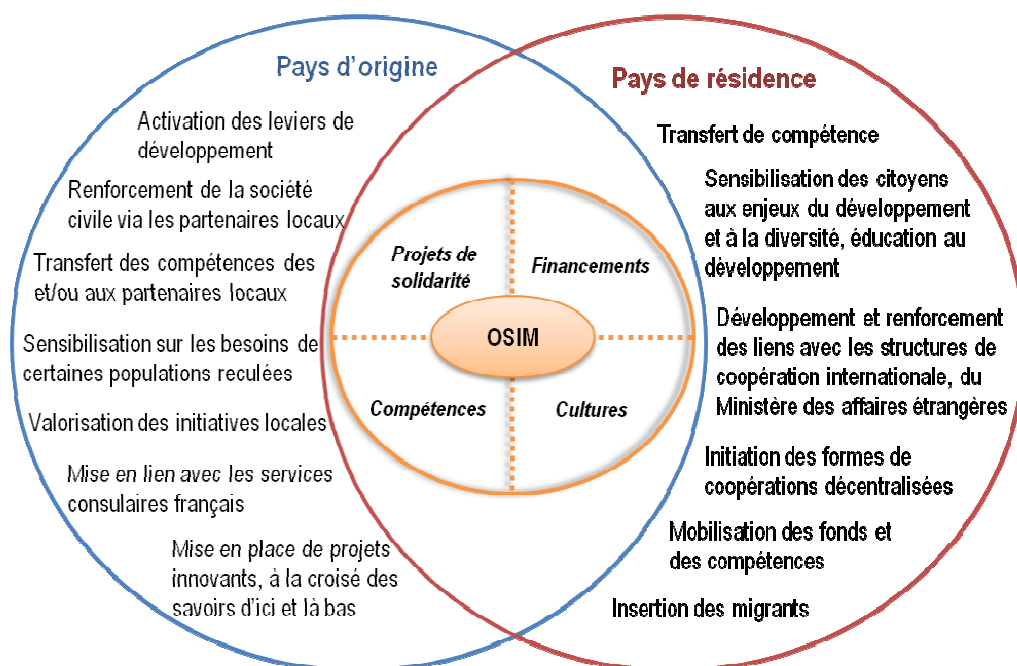
Revenons tout d'abord sur la notion de co-développement. Le Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations (FORIM), plateforme nationale qui réunit des réseaux, des fédérations et des regroupements d'Organisations de Solidarité Internationale issues de l'Immigration (OSIM), engagés dans des actions d'intégration ici et dans des actions de développement dans les pays d'origine, voit le co-développement comme un « facteur d'intégration pour les migrants des pays du Nord. Il permet de dynamiser les relations entre « ici » et « là-bas » »

Le réseau EU-Nomad¹⁴⁷ voit quant à lui le co-développement comme « un processus de développement partagé, simultané entre « ici » et « là-bas » », où les migrants prennent une place prépondérante, puisque les OSIM sont vues comme des actrices de développement sur les deux facettes de leur espace de migration. Pour ce réseau, le développement ne peut être réalisé que par les échanges, la mobilité et les migrations.

Au COSIM Rhône-Alpes, les OSIM (organisation de solidarité internationale issues des migrations) se caractérisent par des membres en partie migrants (pas uniquement composé de migrants) qui, installés depuis plusieurs années déjà, souhaitent monter des projets dans leur pays d'origine. Cette démarche vient donc dans une étape précise de la migration ; le migrant est installé, régularisé ou nationalisé et plus ou moins inséré « administrativement » du moins, ce qui lui permet d'utiliser le statut associatif propre au pays d'accueil. Les membres de l'OSIM ont généralement un réseau déjà formé, qui les relie aux autres associations de migrants présentés précédemment (regroupement par communauté thématique ou géographique). La dimension économique n'est toutefois ostensiblement présente que de manière ponctuelle et à travers les projets de développement soutenus à l'étranger.

¹⁴⁷ Espace d'échanges de pratiques de codéveloppement pour valoriser les migrants comme citoyens et acteurs du développement ici et là-bas. www.eunomad.org

Positionnement et rôle des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations (OSIM)



B.3.1.4. Les structures réunies autour d'une thématique sociale précisément identifiée

Les structures d'accompagnement d'insertion sociale émanant de migrants trouvent leur origine la plupart du temps en réponse à un problème ou une difficulté rencontré par une population de migrants. Pour beaucoup, le public ciblé par le projet associatif ne se limite cependant pas aux seuls bénéficiaires migrants. L'activité est avant tout sociale et peut donc concerner tout individu de la société d'accueil.

Ainsi, une association comme Accueil Conseil Formation, qui accompagne les porteurs de projet économique en France, ou encore Le patio des aînés, qui accompagne les personnes âgées face aux difficultés sociales, économiques ou administratives qu'elles peuvent rencontrer, sont considérées comme des associations de migrants de part l'origine de leur fondateur et la réponse sociale qu'ils apportent aux populations de migrants. Les services d'appui proposés aux bénéficiaires sont avant tout considérés comme des accompagnements sociaux, qui s'adressent ainsi à toute personne en difficulté. Leurs interventions s'inscrivent dans les politiques d'action sociale des territoires de vie mais répondent particulièrement aux problématiques des migrants.

B.3.1.5. Les regroupements d'associations

Pour faire face de façon plus efficace et coordonnée aux problèmes d'intégration et de développement qui se posent actuellement aux migrants en France, les regroupements d'OSIM (associations, fédérations, forums) se sont multipliés à partir des années 2000, donnant lieu à la naissance de plateformes d'échanges tels que le FORIM, ou la FAFRAD (Fédération des Associations Franco-Africaines de Développement). Ces plateformes ont pour principal objectif d'assurer une meilleure visibilité publique, administrative et politique de leurs membres et de leurs actions, une coopération et une convergence des actions et l'accès aux ressources des instances publiques (subventions et aides en tous genres). En parallèle, des tentatives de rapprochement entre membres des diasporas et pays d'origine –majoritairement d'Afrique- émergent. Toutefois, comme le note I.NSANGOU dans son étude, l'absence de cadre opérationnel spécifique, national et cohérent, permettant la création de consortiums, d'alliances fortes entre réseaux de migrants ou de passerelles visibles peut conduire à certains égards à un cloisonnement de ces organisations, malgré les efforts de mutualisation concédés sur les méthodes et les outils de concertation.

B.3.2. Les associations de migrants au service des entrepreneurs migrants ?

Depuis le 1^{er} janvier 2007, la notion de création d'entreprise s'appuie sur un concept harmonisé au niveau européen permettant de faciliter les comparaisons (INSEE¹⁴⁸). La création d'entreprise est tout d'abord un processus de création (d'une organisation, d'une valeur, d'une innovation, d'une activité), et d'exploitation d'une opportunité. Aussi, comme le rappelle I.NSANGOU dans son étude sur « Le migrant Africain du Grand Lyon », le concept recouvre trois dynamiques :

- **La création proprement dite : créer une entreprise revenant à créer ou à mettre en œuvre de nouveaux moyens de production, tout statut juridique confondu.**
- **Créer une entreprise consiste également en « la reprise par une entreprise nouvelle de tout ou partie des activités et moyens de production d'une autre entreprise lorsqu'il n'y a pas continuité de l'entreprise reprise ».**
- Le concept se réfère enfin au cas où après une interruption de plus d'un an, un entrepreneur (en général individuel), reprend une activité.

Son étude apporte également des éléments sur les services proposées aux entrepreneurs migrants.

La création d'entreprise est un des vecteurs de plus en plus plébiscités de l'insertion socio-économique des migrants en France. Sans disposer de chiffres détaillés du taux de créations d'entreprises par les migrants dans le Rhône, on peut toutefois souligner que le lancement du régime de l'auto-entrepreneuriat a accentué la

¹⁴⁸ L'Institut national de la statistique et des études économiques. www.insee.fr

dynamique de l'entrepreneuriat au sein de la population immigrée de France. Pour autant, on peut noter d'importantes disparités selon les origines géographiques des migrants en France, et dans le Grand Lyon en particulier. Il ressort ainsi des statistiques de l'Insee que les immigrés d'origine maghrébine sont deux à trois fois plus entrepreneurs que les subsahariens. Ceci est-il à lier avec le dynamisme des réseaux associatifs qui entourent ces communautés ?

L'entrepreneuriat constitue dès lors une alternative au marché de l'emploi dont l'accès semble de plus en plus restreint aux immigrés, et plus particulièrement au niveau du Grand Lyon - aux turcs, maghrébins et subsahariens. Quelques 66 structures d'insertion ont pu être identifiées uniquement dans le Rhône par I.NSONGO. Parmi elles, il recense quelques organismes spécialisés dans l'accompagnement à la création d'entreprise, au-delà des structures publiques, nombre d'entre eux ayant le statut d'association de loi 1901. Il se posait alors la question de savoir si certaines associations subsahariennes dans le Grand Lyon occupent ou envisagent d'occuper le créneau de l'accompagnement à la création d'entreprise ou de l'insertion par l'économie, compte tenu du contexte tendu du marché de l'emploi et des facteurs croissants d'exclusion que subissent certains immigrés tels les discriminations à l'embauche liées à l'origine ou la couleur de la peau.

Bien que l'étude des travailleurs migrants sans qualifications en France réalisée fin 2013 ait été indirectement réalisée au travers des associations communautaires de migrants, il y a encore peu d'informations disponibles sur les activités menées par ce type d'associations pour faciliter l'intégration économique et socioprofessionnelle de cette catégorie de travailleurs. Parmi les résultats trouvés, on recense : la formation, des réseaux d'information pour la recherche d'emploi, des entreprises d'insertion par le travail et issues des migrations, etc.

La diversité des associations de migrants offre un panel d'intervention élargi pour répondre aux besoins et attentes de ces entrepreneurs. Dans notre étude, les associations de migrants ont donc été interrogées dans le cadre des activités qu'elles mènent dans toute ou partie de ces trois catégories. Ceci nous a permis d'identifier les catégories présentées dans les points suivants.

B.3.2.1. Les associations de migrants : plateformes ressources pour la circulation de l'information

Les différentes formes d'association de migrants jouent un rôle prépondérant dans l'insertion des migrants. Comme vu précédemment, la nature même d'une démarche de mise en association permet d'étendre les horizons d'un regroupement, une structuration qui permet d'organiser son activité. Les réseaux d'entraide permettent de mettre des personnes, dont le seul lien est à la base une même origine d'appartenance, en relation pour établir des interconnexions. Dans un souci d'entraide, la réunion de plusieurs compétences ouvre également les perspectives de réponse face aux différents besoins des nouveaux arrivants.

En effet, le premier réflexe pour un migrant à son arrivée dans un nouveau territoire est de se rapprocher de ses compatriotes qui constituent, en plus d'un

réconfort culturel et social, une ressource essentielle pour la connaissance des démarches d'insertion. En effet, face à la complexité que peut représenter l'installation dans un nouveau pays, l'expérience des personnes qui se sont heurtées aux mêmes difficultés interculturelles, administratives, financières, professionnelles représente une source d'information primordiale, un pôle d'attractivité pour les migrants comparé à un « premier sas » (entendu comme une zone sécurisée intermédiaire à deux environnements différents). Les liens sociaux établis se prolongent ensuite et représentent des sources d'information que le migrant sollicite dans le temps face aux nouvelles démarches.

Parmi les premiers critères cités favorisant l'accès à l'information pour les migrants, nous retrouvons notamment le sentiment d'appartenance, la proximité et la facilité d'accès.

Initié en 2001 et mis en œuvre par l'association pS-Eau (Programme Solidarité Eau), le Programme Migrations et Initiatives Economique (PMIE) résulte du capital d'expériences acquis depuis 1996 par le pS-Eau et le réseau GAME (Groupe d'Appui de la micro à la moyenne Entreprise) en matière d'accompagnement à la réinsertion économique des migrants dans leur pays d'origine.

Ainsi, lors de l'activité effective du PMIE, les associations de migrants étaient des membres actifs et des chefs de files du GAME. En effet, au vu de la place prépondérante du réseau interpersonnel chez les migrants, les associations de migrants constituaient des véritables portes d'entrée pour insérer les bénéficiaires potentiels dans l'accès à l'ensemble du réseau GAME. En Rhône-Alpes, le réseau GAME était beaucoup moins étendu et malgré l'étendue d'action nationale de certains acteurs basés dans d'autres régions, la proximité et la disponibilité (sous forme de permanence par exemple, de formation locale, etc.) se sont avérés être des facteurs décisifs pour être visible mais également pour encourager les initiatives.

Ce rôle peut ensuite se décliner sous différentes manières, la plus courante étant celle informelle, via la circulation de l'information par le « bouche à oreille ». Cette forme est non organisée et s'articule essentiellement par la mutualisation des connaissances du réseau, ce qui favorise la mise en contact avec les personnes/acteurs ressources sur le sujet. Le processus est donc relatif aux individus, à leurs expériences et à leur parcours. A ce niveau, les associations de migrants ont un rôle implicite et informel pour les entreprises de migrants. La communauté va être vectrice de bonnes pratiques pour orienter ses membres vers des structures d'appui institutionnelles préexistantes, telles que la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) ou l'Association pour le Droit à l'Initiative Economique (ADIE), dont elle est généralement dépendante pour aller plus loin.

L'expérience de l'ADIE spécialisée dans l'aide à la création d'emplois pour et par les personnes exclues du marché du travail et du système bancaire classique, reflète également l'importance du bouche à oreille pour l'accès à l'information dans les réseaux de diaspora : nombre de leurs clients viennent les voir suite à l'accompagnement d'un de leurs compatriotes ou connaissances.

Cependant, le rôle des associations de migrants ne s'arrête pas obligatoirement là et certaines associations encadrent plus attentivement l'accompagnement des entrepreneurs et des entreprises de migrants.

B.3.2.2. Les associations de migrants acteurs de l'accompagnement entrepreneurial

Les réseaux d'entraide mentionnent souvent dans leurs statuts une volonté d'accompagnement des membres dans une démarche économique. Cependant, peu mettent concrètement en œuvre cet objectif, par manque d'appropriation du sujet ou de personne ressource compétente en la matière. Ils ont ainsi connaissance d'un réel besoin d'accompagnement dans la démarche économique sans pour autant avoir de projet définit pour mener cette action.

Les associations qui arrivent à mener à bien cette mission vont se faire le relais de l'information de manière proactive en organisant des rencontres, en générant la mise en relation des acteurs économiques, en accompagnant spécifiquement les porteurs de projets, de manière individuelle et tout au long des différentes étapes.

Ce volet d'activités est généralement porté par un cercle restreint de membre de l'association voir un seul individu, qui est souvent en lien avec le milieu des affaires. Ci-dessous quelques exemples recensés d'actions portées par des associations de migrants de la région Rhône-Alpes.

- Partenariat et accompagnement des jeunes vers un projet économique

L'association Humanis Afrique, basée dans le Rhône (Tassin-la-Demi-Lune) intervient à la fois sur l'insertion locale et sur le champ de la solidarité internationale. Forte d'une équipe dynamique de jeunes africains, ils développent des partenariats avec des acteurs locaux permettant de soutenir et de faire monter en puissance leurs initiatives.

Ils ont noué également un partenariat avec l'AECAL (l'association des étudiants de culture africaine de Lyon) afin d'accompagner progressivement les étudiants dans une démarche de création de projet professionnel à dimension économique. En effet, face aux difficultés d'insertion à l'emploi rencontrées par les jeunes en temps de crise et plus précisément les étudiants africains venu étudier en France, les deux associations ont décidé d'allier leurs compétences et réseaux pour permettre aux étudiants d'anticiper sur leur avenir, et de les rendre acteurs afin qu'ils n'aient pas à subir les difficultés de l'insertion sur le marché du travail.

Cet accompagnement, mis en place tout récemment, concerne pour l'instant douze étudiants n'ayant pas forcément de projet précis ou l'envie de monter absolument un projet à l'issue de leurs études. Il s'articule par la construction d'une réflexion autour d'un projet économique éventuel, en France (20% des projets à ce jour) ou dans le pays d'origine (80%), qui aboutit progressivement au montage de ce dernier. Le suivi se fait une fois par semaine, plus ou moins sur l'ensemble de la scolarité de l'étudiant.

Toujours en partenariat avec l'AECAL, Humanis Afrique a mis en place une junior entreprise, association à but non lucratif, à vocation économique et pédagogique liée à une école ou université. Cette entité permet aux étudiants de mettre en pratique l'enseignement théorique dont ils bénéficient, en réalisant des études correspondant aux domaines de compétences de leur école, pour des clients.

- **Mise en lien avec les acteurs locaux**

A Annemasse en Haute-Savoie, l'association YELEN propose un accompagnement pour les porteurs de projet économique. Cette association a pour vocation d'accompagner les migrants d'Afrique subsaharienne dans toutes leurs démarches d'insertion locale sur l'agglomération d'Annemasse, de former les agents locaux à l'interculturel et à mener des projets de coopération internationale entre la Communauté de Communes du Bas-Chablais.

Dans le cadre de l'accompagnement des projets économiques, les migrants sont généralement orientés vers les assistantes sociales de l'agglomération. En effet, la faible représentativité des associations de migrants sur ce territoire oriente les migrants la plupart du temps sur les services sociaux de la ville. YELEN a été sollicité dans un premier temps par ces services par rapport à un problème de communication interculturel entre les agents sociaux et les migrants. Cette mise en relation a permis d'établir au fur et à mesure une relation induite et complémentaire entre ces deux acteurs. YELEN est ainsi identifié dès à présent comme structure ressource pour l'accompagnement des migrants et les assistantes sociales orientent les migrants vers la structure, lors d'un besoin d'accompagnement spécifique tel que les projets d'entrepreneuriat. Les porteurs de projets économiques sont ensuite accompagnés dans leurs démarches avant la mise en lien avec l'ADIE.

- **Organisation de rencontres et d'événements**

Depuis ces trois dernières années, l'Association des burkinabés de Lyon (ABL) réalise des activités de soutiens sous plusieurs formes pour les entrepreneurs migrants ou les entreprises en lien avec le Burkina Faso et la France. Ils ont dans un premier temps mis en place des carrefours des métiers et des carrières pour mettre en lien les entrepreneurs.

La réussite de ces activités a conduit à la mise en place d'un forum de trois jours en juin 2012, le Forum Economique et de Développement Durable de l'Afrique (FEDDA) organisé en partenariat avec l'INSA (Institut National des Sciences Appliquées, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon et le Grand Lyon. Le FEDDA avait comme objectif de créer un cadre de business développement entre des entreprises africaines et européennes, de donner les notions et enjeux de la formation professionnelle adaptée aux réalités africaines mais également de favoriser l'épanouissement des ressortissants ici pour permettre de consolider la diaspora notamment en leur donnant les moyens d'entreprendre et de réaliser des projets en Afrique et au Burkina Faso en particulier.

Plusieurs services étaient mis à disposition des entrepreneurs lors du FEDDA, dont des thématiques sur les marchés porteurs en Afrique, les opportunités, des

initiations à la création d'entreprises en Afrique, des méthodologies de rédactions de business plan ou de plan d'affaires pour la création d'entreprises en Afrique. Ces activités étaient ouvertes à tous les migrants quel que soit leur pays d'origine et s'adressait plus largement aux entreprises, professionnels, étudiants, stagiaires et dirigeants.

Le succès de la première édition a permis d'envisager le renouvellement sous forme de biennale de ce forum, qui aura lieu pour la deuxième fois en juin 2014. Ce dernier devrait s'élargir à l'ensemble des pays africains.

- **Les associations de migrants spécialisées dans l'accompagnement vers un projet entrepreneurial**

Quelques associations de migrants accompagnent spécifiquement les porteurs de projet économique comme le centre Appui, Conseil et Formation (ACF) et l'Alliance Panafricaine pour le Développement de l'Entrepreneuriat Féminin (ALPADEF).

Le Centre ACF, basé à Villeurbanne, propose un accompagnement individualisé sur l'ensemble du montage du projet économique. Cette association était l'une des structures d'accompagnement phare du GAME (Groupe d'Appui de la micro à la moyenne Entreprise) du programme migration initiatives économiques (PMIE). L'origine du directeur de l'association et le type d'accompagnement individualisé des personnes physiques pour des projets économiques en France et en Afrique font de cette structure une association de migrants qui ne se concentre néanmoins pas sur les seuls bénéficiaires migrants.

Ce centre a été fondé en 2001 dans le but de fédérer des compétences en informatique et en économie afin de les mettre au service de l'insertion par l'économique. A ce titre, il réalise des formations sur la gestion d'entreprise, un appui technique et méthodologique, un suivi de projet sur le terrain et d'autres services comme la conception de moyen et support de communication. Depuis sa création, l'association a appuyé 400 entreprises en France en mettant l'accent sur les porteurs de projets économiques en difficultés. Les bénéficiaires reviennent généralement par le biais du réseau, du bouche à oreille de Lyon Ville Entrepreneuriat (LVE) mais s'il ne fait pas parti du label. Il est en relation avec l'ADIE pour ce qui est du financement mais l'appui d'ACF se fait avant et après.

L'ALPADEF est une autre association de migrants de l'agglomération lyonnaise spécialisée sur l'accompagnement vers la dynamique entrepreneuriale des femmes. Cette dernière investit deux espaces : en France avec les femmes d'origine africaine et plus particulièrement sénégalaise mais également au Sénégal pour les femmes porteuses de projets. Son appui se situe en amont, dans le renforcement des capacités des femmes, afin qu'elles puissent présenter leurs projets d'entreprise auprès des organismes institutionnels et bancaires concernés. L'appui se fait par le biais de sessions de formation, organisées en France et au Sénégal, d'aide au montage des projets et également dans le suivi. Son objectif est d'accompagner une soixantaine de femmes par an, les deux pays confondus.

- **Constitution sous un modèle de structure économique**

Dans le but de stimuler les échanges et le développement économique transfrontalier, plusieurs structures initiées par des migrants se constituent en regroupements, prenant des formes associatives ou plus « conventionnelles » telles que des chambres de commerce et d'industrie ou des clubs d'investissement. Ces entités orientent leurs services en grande majorité vers les entrepreneurs souhaitant investir dans les pays africains.

Ainsi, nous pouvons recenser environ dix à douze pays d'Afrique subsaharienne qui ont pu développer des chambres de commerce bilatérales, constituées la plupart du temps sous le statut associatif. Elles se distinguent par leur dynamisme et leur ancrage fort dans les institutions locales. Parmi les plus actives, nous trouvons à Lyon la Chambre de Commerce et d'Industrie franco-béninoise (CCIFB). Créée en 2011, cette structure est une émanation du Consulat, de la chambre de commerce du Bénin et de la chambre de commerce de France.

A ce jour, 12 projets ont été montés au Bénin par des entrepreneurs français et plus récemment, la CCIFB a reçu 5 sollicitations d'accompagnement pour des projets portés par des migrants d'origine béninoise, résidant en Rhône-Alpes, vers le Bénin. Pour mener à bien ses missions, la CCIFB organise des permanences à la CCI de Lyon pour accompagner les porteurs de projet. Des événements et des formations sont également mis en place pour informer les potentiels investisseurs. Une mission économique sous forme de délégation de chefs d'entreprises rhônalpins a été organisée en mars 2012 pour les inciter à investir au Bénin. De plus, face à la demande récente des migrants béninois et pour faire face aux difficultés de trouver des fonds pour financer des projets transnationaux portés par les migrants (l'ADIE ne se positionnant pas non plus sur ce type de projet), la CCIFB explore les possibilités de mettre en place des fonds pérennes pour le financement et le soutien des projets en France et au Bénin.

Un autre type de regroupement de migrants, proche de l'objectif de la CCI mais sous un statut souvent différent de l'associatif, est le « club d'investissement », à l'instar du Club pour les Investissements et le Développement Durable au Cameroun (CIDDC), basé à Lyon. Cette structure a pour objectif de faciliter l'implantation de tout opérateur physique ou moral axé à l'international désirant développer une activité sociale ou économique pour participer au développement du Cameroun. Ce soutien auprès des entrepreneurs français se fait à travers différents types de services tels que l'identification des marchés et des clients, la mise en réseau, la connaissance des informations pays, l'information sur les possibilités de financements. Afin de mener à bien ces actions, des missions économiques de prospection et de mise en relation en France et au Cameroun sont réalisées, la dernière datant de février 2014 à Douala, ou encore des conférences en partenariat avec la CCI de Rhône-Alpes sont organisées.

Le CIDDC identifie la mutualisation des compétences, la mise en réseau des informations et la réalisation des projets communs comme des bonnes pratiques incontournables pour favoriser les échanges économiques transnationaux. A travers

ses actions de terrain, ce club essaye d'améliorer sa visibilité auprès des autres structures qui interviennent dans le domaine de la coopération nationale et transnationale. Elle cherche également de plus en plus à initier des actions communes avec chacun des acteurs identifiés.

L'Agence régionale de Développement des Entreprises en Afrique (ADEA) est une association ayant pour objectif de promouvoir et de favoriser les rencontres entre les Petites et Moyennes Entreprises et Industries (PME/PMI) rhônalpines et africaines par l'organisation de permanence d'accueil, de conférences, de visites sur site. Créée par un ressortissant migrant, elle se positionne sur le même type de services que le CIDDC mais sur une zone d'intervention plus large. Elle s'appuie sur le « **Réseau Afric Partners** », qui a été établi en parallèle pour regrouper les acteurs africains et français. Plusieurs événements sont mis en place mais la dynamique entrepreneuriale est majoritairement unidirectionnelle, en provenance de la France pour une installation en Afrique.

Les structures citées ci-dessus sont porteuses d'un dynamisme certain, qui permet de les identifier comme acteurs de l'accompagnement et du développement des porteurs de projet économique. Outre l'importance de l'investissement personnel des membres, de leurs compétences propres et disponibilités, ce dynamisme semble également dépendre de la structuration du réseau et des acteurs qui gravitent autour, sur lesquels ils s'appuient et avec lesquels ils interagissent.

B.3.2.3. Un dynamisme relatif souvent fonction de la structuration des acteurs

Dans leurs statuts, beaucoup de structures mentionnent l'importance d'appuyer les porteurs de projet économique mais peu arrivent finalement à mener des activités concrètes en ce sens. Outre la maîtrise des compétences en lien avec l'entrepreneuriat par certains membres et leur dynamisme à mener ces actions, d'autres facteurs internes au réseau de migrants et/ou externes en lien à d'autres acteurs rentrent en compte.

- **Le rôle des collectifs**

La structuration en collectif d'association permet d'étendre et de renforcer le réseau, de mutualiser les expériences et les moyens mais également de favoriser la diffusion et la transversalité de l'information. L'union en collectif élève la visibilité des associations et avec l'importance constatée du bouche à oreille comme vecteur d'information pour les migrants, il permet d'étendre d'autant plus la circulation de l'information au sein du réseau.

En Rhône-Alpes, les associations de migrants vont se structurer en fonction de leurs identités et/ou activités. Ainsi les associations se réunissent par origines diasporiques pour constituer des collectifs d'associations tels que le CIDRA (Collectif Initiatives et Développement des Associations Franco-Marocaines de la Région Rhône-Alpes) pour les associations de migrants marocains, le RESACOM (Réseau des associations Comoriennes de Rhône-Alpes), le CACRA (Collectif des Associations Camerounaises de la Région Rhône-Alpes), le CAGDRA (Collectif des

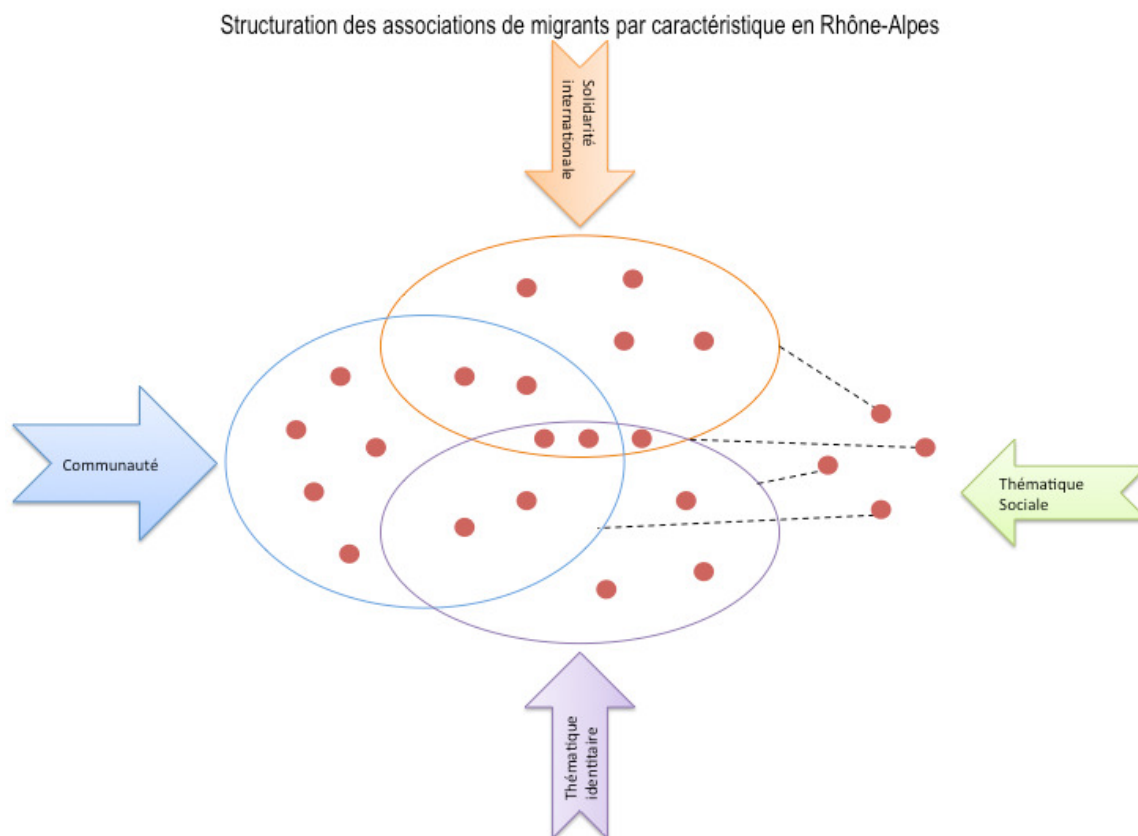
Associations Ghanéennes de Rhône-Alpes), la SOPE (Solidarité pour exister qui réunit des associations sénégalaise sur l'agglomération lyonnaise en majeure partie), etc. Ces collectifs sont initiés dans le but de coordonner l'aide apportée par chaque structure dans l'accompagnement des migrants ici et leurs activités de solidarité là-bas. La plupart de ces associations se regroupent également à l'échelle nationale autour de fédérations ou unions diasporiques. Ils sont souvent rattachés à l'échelle nationale auprès de fédérations ou d'unions constituées sur le même modèle.

Sur une entrée de solidarité internationale, les OSIM (Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations) se réunissent sur le territoire au sein d'une association de migrants, le COSIM Rhône-Alpes (Collectif des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations) ou d'autres structures plus globales comme le CADR (Collectif des Associations de Développement en Rhône-Alpes). Leur démarche de s'unir en collectif répond plus à un besoin de renforcement des capacités des acteurs de la solidarité internationale. Le COSIM Rhône-Alpes est ainsi rattaché à une fédération nationale, le FORIM (Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations).

Nous retrouvons la même démarche autour des associations de migrants unis autour du domaine culturel. L'ancrage local des associations de culture africaine a ainsi créé sur le territoire lyonnais le collectif Africa 50 qui réunit 35 associations autour de cette thématique. Ce type de structure reste cependant propre à l'agglomération lyonnaise sur la région du à la densité de la population et au nombre d'associations de migrants.

Un certain nombre d'associations s'identifie ensuite sur plusieurs regroupements en fonction de la variété de leurs actions, de leur appartenance liée à leur pays d'origine ou encore de leur lieu d'habitation.

Les associations de migrants constituées sur la base d'une action sociale n'ont pas de collectif d'association de migrants à proprement parler, elles se positionnent avant tout par rapport au(x) public(s) ciblé(s) par leurs actions et les politiques auxquelles elles répondent. Ces associations évoluent ainsi de manière plus isolée et vont rencontrer des difficultés à s'inscrire pleinement dans un collectif de migrants de manière à développer leur action. Elles offrent un service adapté aux migrants mais ce service organisé s'inscrit davantage dans la dynamique des structures sociales locales. L'identification comme structure ressource se fera ainsi via les canaux classiques et l'information n'atteindra que ponctuellement les migrants. Ces dynamiques peuvent être représentées comme suit.



Le réseau des associations de migrants qui se concentrent sur les thématiques sociale et/ou entrepreneuriale est ainsi peu structuré.

Sur la thématique de l'entrepreneuriat, le Groupe d'Appui de la Micro à la moyenne Entreprise (GAME), mis en place dans le cadre du PMIE (Programme Migrations et Initiatives économiques), a réuni des acteurs, considérés migrants ou non, autour d'une thématique d'accompagnement socio-économique spécifique. Cependant, lorsque le programme était encore existant, la région Rhône-Alpes se caractérisait globalement par un faible taux d'accompagnement des migrants comparé à d'autres régions françaises. La raison qui ressort est le manque de structuration du réseau sur la région Rhône-Alpes.

D'autres réseaux, sans spécificités revendiquées, existent comme Lyon Ville de l'Entrepreneuriat (LVE) et Créafil sur la région. Les acteurs membres de ces réseaux se connaissent et se réunissent ponctuellement via le label d'appartenance pour LVE. La participation à ce réseau est limitée pour les associations d'accompagnement des entrepreneurs migrants ce qui ne permet pas aux bénéficiaires finaux (les entrepreneurs migrants) de s'inscrire également dans ce réseau.

Une difficulté de la circulation de l'information pour appuyer les entrepreneurs est ainsi constatée. Une association spécialisée sur une thématique et qui ne s'inscrit pas dans un réseau territorial spécifique a du mal à être identifiée comme structure ressource pour l'appui des migrants. Le réseau et le bouche à oreille vont permettre de diffuser l'information mais il va se limiter au niveau de sa représentativité. Pour les associations de migrants accompagnants sur les thématiques socio-

économiques, l'absence d'identification dans un réseau structuré sur le territoire limite ainsi la mise en lien avec les potentiels bénéficiaires.

D'autres éléments rentrent également en compte pour favoriser l'accompagnement des entrepreneurs migrants dont les liens de coopérations qui existent entre les pays ou collectivités.

- **Facteurs et acteurs externes :**

L'implication des autres acteurs non associatifs est un facteur de taille pour l'accompagnement des migrants dans une démarche économique. Les axes nationaux et/ou régionaux de coopération internationale ont un véritable effet de levier sur le dynamisme et la structuration des réseaux de migrants, comme en témoigne les programmes mis en place au sein de la coopération franco-sénégalaise.

Les deux pays ont en effet signé en 2009 une convention de financement qui vise à mettre en œuvre, pour une durée de 5 ans (2009-2011 puis 2013) et sur un fonds de 9 millions d'euros, un Programme d'Appui aux Initiatives de Solidarité pour le Développement (PAISD)¹⁴⁹. Ce projet fait suite au dispositif FSP Codéveloppement (Fonds de Priorité Solidaire) mis en œuvre entre 2005 et 2008 pour soutenir les activités des migrants. Le but étant « d'accompagner les actions menées par les sénégalais établis en France en faveur du développement économique et social de leur pays d'origine ». Cet accompagnement se décline en 5 missions, qui sont :

- L'accompagnement des promoteurs sénégalais établis en France, porteurs de projets d'investissements économiques privés au Sénégal (conseil à la conception et au montage des projets, renforcement des capacités managériales, suivi des projets sur 12 mois),
- La mobilisation de la diaspora hautement qualifiée pour la réalisation de missions de courte durée au Sénégal,
- Le financement de projets de développement local dans les régions d'origine des migrants,
- Le Volontariat de Solidarité pour le Développement (VSD) pour une mobilisation des jeunes issus de la deuxième et troisième génération de ressortissants sénégalais établis en France,
- La mise en œuvre d'une action sectorielle de contribution au désenclavement numérique des régions périphériques.

Par rapport à l'accompagnement des entrepreneurs sénégalais, 221 projets ont été accompagnés dans des secteurs très variés : agriculture, élevage, commerce, tourisme, NTIC, consultance, transport, services. Ce fonds devrait être reconduit en 2014.

La coopération avec le Maroc a permis de mettre également en place des programmes d'accompagnement des démarches économiques. La forte structuration de la société civile au Maroc et des marocains en France a permis au

¹⁴⁹ Lien du site internet : <http://www.codev.gouv.sn/>

Ministère des marocains à l'étranger de mobiliser les associations de migrants. Il est dynamique et pro actif dans la facilitation des démarches pour ses ressortissants. Les associations de marocains résidents à l'étranger (AMRE) bénéficient donc d'un programme pour accompagner leurs démarches.

Afin de mettre en œuvre ce programme, deux OSIM (Migration et Développement - M&D- basé à Marseille, pour la région Sud de la France, le CEFIR - Centre d'Education et de Formation Interculturelle Rencontre, à Dunkerque, pour la partie Nord de la France) fortes de leur rayonnement ont été mandatées pour superviser ces programmes initiés par le Ministère Marocain, à destination de ses ressortissants. Ces deux associations sont parties prenantes dans la mise en place, en France, du projet FACE Maroc piloté par la Fondation IntEnt Pays Bas, cofinancé par l'Union européenne et l'Agence Française de développement. Ce projet consiste à soutenir la création de petites et moyennes entreprises au Maroc par des Marocains résidant en France. Une partie du programme soutient également les Marocains résidant en Allemagne et aux Pays-Bas.

M&D et Cefir ont contacté plusieurs collectif et/ou associations de migrants pour identifier des structures d'appui et relais en région. Ils ont ainsi fait appel au COSIM Rhône-Alpes et au CIDRA (Collectif Initiatives franco-marocaine de développement en Rhône-Alpes) pour la représentation en Rhône-Alpes. Le CIDRA a pris le relais avec Actipole, son pôle d'appui aux initiatives économiques. Le COSIM Rhône-Alpes n'a finalement pas participé à cette dynamique mais plusieurs projets ont pu être déposés et instruits pour l'obtention d'un financement. Malheureusement, des retards dans les différents décaissements ainsi que les délais de réaction des parties prenantes au Maroc ont découragé les acteurs mobilisés à cette intention. Le financement des projets n'a finalement pas encore abouti et le programme se réoriente désormais sur le soutien uniquement des activités créées en France par les associations de ressortissants marocains L'implication de chaque partie prenante paraît donc essentielle à la réussite d'une dynamique transnationale.

Au niveau des coopérations décentralisées, nous retrouvons l'exemple de l'Association des Burkinabés de Lyon (ABL). L'ABL a très souvent été sollicitée en tant qu'acteur de la coopération décentralisée entre Lyon et Ouagadougou. L'association est partenaire des actions réalisées par le Grand Lyon au Burkina Faso par le biais de Lyon Latitude, association appuyée par le Grand Lyon qui contribue à la promotion des entreprises du Grand Lyon à l'international dans le domaine de l'entrepreneuriat. Un accord de partenariat existe d'ailleurs entre Lyon Latitude et l'ABL et permet la mise en place d'événement tel que le Forum Economique et de Développement Durable de l'Afrique (FEDDA), décrit précédemment.

Le parrain de cette édition du forum étant le Ministre de l'environnement et du développement durable du Burkina, cette présence marquait ainsi la volonté d'engagement du pays dans la dynamique entrepreneuriale des diasporas.

L'implication des acteurs de la coopération internationale apparaît donc un facteur important pour appuyer les démarches des associations de migrants ou mettre en application les programmes adoptés.

B.3.3. L'association, un tremplin expérimental ?

B.3.3.1. L'étape associative pour initier une activité génératrice de revenu

Nos activités d'accompagnement ainsi que les différents entretiens menés au cours de l'étude nous ont permis de nous intéresser aux liens entre implications associatives et entrepreneuriat et de manière plus générale entre projets associatifs et « activités économiques ».

En effet, on note beaucoup de similitudes entre le portage d'un projet « associatif » (que nous définirons comme « à but non lucratif » et à forte valeur sociale, par opposition à « projet économique ») et un projet d'entrepreneuriat.

Les notions d'objectifs, de plan d'action, de partenaires, de gestion budgétaire, de frais annexes, de respect d'échéances, de réajustement permanents, etc. se retrouvent dans les deux domaines. L'un comme l'autre nécessitent un professionnalisme certain, d'autant plus lorsque des financements publics entrent en jeu (via des subventions notamment) ou lorsque des prestations de service envers des tiers sont incluses. Si le travail n'est pas forcément choisi, l'association, elle, l'est en fonction des passions, des hobbies, des aspirations des individus. Pour certains, elle représente également une façon de renouer avec une compétence non valorisée dans le travail actuellement occupé ou non exerçable à titre professionnel faute de diplôme reconnu (ex : un ancien médecin devant exercer en tant qu'animateur social, menant des projets de développement de la santé dans son pays d'origine, ou bien un ancien couturier ne pouvant exercer en France, et renouant avec ses pratiques via le soutien à un centre de formation dans son pays d'origine).

Ces personnes vont ainsi mobiliser une grande partie de l'outillage entrepreneurial dans leurs activités associatives, sans pour autant franchir le pas vers le changement de statut, lorsqu'il est possible. L'association est ainsi parfois vue comme une sécurité : « *mon revenu de dépend pas de cette activité* » ou un premier réflexe : « *je vais créer mon association pour porter mon projet, peut-être arriverai-je ainsi à avoir des aides publiques* ».

Pourtant, les associations qui se posent ce type de question se retrouvent parfois dans un dilemme : « *quand et comment transformer mon activité associative en vrai projet professionnel (souvent à titre personnel), sans pour autant prendre trop de risque de voir mes revenus diminués, de perdre mon emploi et une certaine qualité de vie, parfois durement acquise ?* »

Un exemple courant, qui est ressorti lors de nos entretiens, est la réalisation de prestations traiteurs par des associations. Le réseau associatif permet de tester ses compétences, d'avoir un retour d'un public varié de consommateurs, de prendre les prémices de la logistique et de l'approvisionnement, sans pour autant avoir à se soucier de la fiscalité. Le passage de la prestation associative à l'activité professionnelle est une autre étape que beaucoup, faute d'informations, d'interlocuteur facilement identifiable à qui s'adresser, n'osent pas franchir. Ils leur préfèrent alors l'informel, qui reste très limité relativement aux volumes

d'échanges, ou un arrêt total de l'activité, restant dans le même temps dans la peur de franchir le seuil de « l'illégalité ».

L'association peut ainsi être vue, d'un point de vue extérieur, comme un tremplin d'essai vers la création de projets entrepreneuriaux. On peut dès lors imaginer que la mise à disposition d'informations adaptées et facilement accessibles aux potentiels entrepreneurs issus du milieu associatif « migrant » verrait évoluer les pratiques et émerger les initiatives économiques. L'occasion pour certains également de créer des projets transnationaux directement à l'étranger et de le gérer à distance depuis la France, voir de retourner au pays et d'y rester pour en vivre.

B.3.3.2. Les OSIM : acteurs d'une activité économique transnationale plus ou moins appuyée

Bien que non caractérisées comme telles, génériquement et par leurs initiateurs également, les activités menées dans le cadre des projets de co-développement des OSIM sont fréquemment à la base de la création d'une activité économique d'abord locale mais aussi « transnationale », point d'attention de notre étude. Nous avons pu voir que beaucoup d'associations, et plus particulièrement les OSIM dans le cadre des projets de co-développement qu'elles mènent dans les pays étrangers, créent des activités économiques à l'échelle locale, souvent regroupées sous l'appellation générale « d'activités génératrices de revenus ». Le domaine d'intervention de l'OSIM peut se rapprocher en effet d'une activité génératrice de revenu (AGR) lorsque le projet associatif vient créer ou renforcer une structure de type coopérative, mutuelle ou une association locale, pour produire des denrées ou des biens. Une fois le projet amorcé et pérennisé à l'échelle locale, un autre projet de plus grande envergure peut parfois être mis en place et prendre la forme par exemple de la commercialisation à l'export des fruits de la production du premier projet. Ces pratiques associatives sont ainsi à l'origine de mouvements de fonds, de matériels, de denrées, etc. produits « au Sud » et commercialisés « au Nord » ou inversement¹⁵⁰.

Les OSIM sont pour l'instant des agents économiques transnationales « informels » car ils n'ont pas encore de montage entrepreneurial clair pour la plupart, ni de statut adapté à leur situation d'« entre deux » mais cette dynamique observée alimente les perspectives à plus long terme pour concevoir des solutions adaptées aux besoins de financement de ces « entrepreneurs associatifs ».

Ceci se ressent en effet dans les demandes d'accompagnement effectuées par les associations de migrants (et les individus) auprès du COSIM Rhône-Alpes. On note en effet une dimension économique de plus en plus forte dans les projets pensés par les associations, l'objectif final étant la génération de revenus et d'emplois, en France et/ou à l'étranger, la création d'une dynamique économique au niveau local voir transnational, comme support d'un développement social. La stratégie

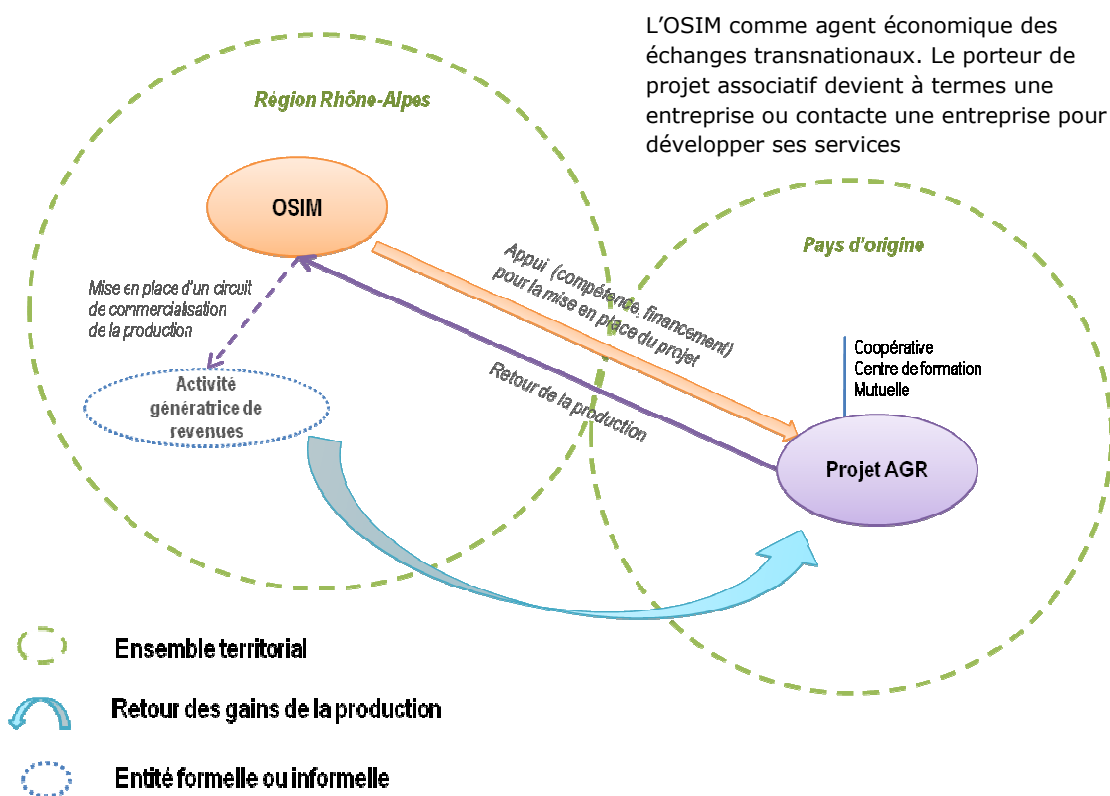
¹⁵⁰ Exemple du beurre de karité fabriqué au Burkina Faso et commercialisé via les réseaux artisans du monde, ou le fonio de Guinée, encore vendu via des réseaux informels mais bientôt inscrit dans une démarche « magasin ».

entrepreneuriale est donc parfois présente dès le départ mais faute d'interlocuteurs disponibles –notamment au niveau financier – l'activité démarre tout d'abord sous couvert d'un projet associatif. Se pose ainsi la problématique du « travestissement » de l'activité économique entrepreneuriale à but lucratif (individuelle ou non) vers un projet associatif, afin de bénéficier des dispositifs et leviers existants de financement.

Pourtant, même si certains membres d'associations avouent avoir une volonté à moyen/long terme de professionnaliser ces activités de commercialisation, il reste difficile pour eux de franchir le pas pour se lancer dans une démarche entrepreneuriale.

Parmi les raisons évoquées, la « peur » est le principal argument : manque d'informations, peur de l'investissement à réaliser, peur de se tromper, peur d'abandonner un emploi stable et rémunéré, bien que parfois peu valorisant et satisfaisant, peur des taxes et de la mécanique fiscale et administrative qui l'entoure. En effet, il ne faut pas l'oublier, l'entrepreneuriat est avant tout une histoire de volonté, de prise de risques, etc. Certaines associations ne souhaitent tout simplement pas s'y lancer.

Type de dynamique économique bilatérale générée par l'activité d'une OSIM



Plus qu'acteurs économiques à part entière, les OSIM jouent donc pour l'instant le rôle de « relais d'information », de « facilitateur », ils transmettent leurs compétences envers des individus tiers, leurs compatriotes, leurs partenaires du Sud, illustrant leur position clef de lien entre « ici » et « là-bas ».

B.3.4. Perspectives et évolution

B.3.4.1. Les bonnes pratiques recensées

Voir schéma page suivante.

Nom de la structure	Domaine d'activité	Bonne pratique identifiée	Population cible	Facteurs clé de succès
Association des Burkinabais de Lyon (ABL)	Entraide, intégration, échange, culture, solidarité internationale, partenariat	Organisation d'un événement pour favoriser les démarches (échanges, exports) économiques pour le développement du FEDDA	Diaspora burkinabais et entreprises française	Partenariat de coopération avec le Grand Lyon, forte mobilisation avec 400 membres, soutien des représentants burkinabés
Humanis Afrique et l'Association des étudiants de culture africaine de Lyon (AECAL)	HA : renforcer les liens, accueillir, solidarité internationale AECAL : soutien, défense d'intérêt, promotion action, favoriser les liens de coopération universitaire	Mise en place d'un partenariat pour accompagner des étudiants dans le montage d'un projet spécifique à monter ici ou là bas afin qu'ils aient une alternative à la fin de leur cursus universitaire.	12 étudiants africains résidants en France pour leurs études.	Partenariat entre deux associations qui mettent en commun leurs spécificités
Yelen	Accompagnement à l'insertion des migrants dans l'agglomération d'Annemasse, formation à l'interculturel,	Accompagnement des porteurs de projets économique migrants lien avec les assistantes sociales, structure administrative	Les migrants de la communauté de communes d'Annemasse (Haute-Savoie)	Inscrit sur le territoire et identifié comme ressources auprès des agences publiques
Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Béninoise (CCIFB)	Favoriser les relations et actions économiques, commerciales, industrielles et financières entre les structures françaises et béninoises.	Accompagnement pour l'installation là-bas mais également pour un accompagnement ici des ressortissants, réalisation de mission	Les entrepreneurs français et migrants d'origine béninoise	Permanences hebdomadaire d'accueil à la CCI de Lyon, lié au réseau CCI de France
Collectif initiative franco marocaine pour le développement de Rhône-Alpes (CIDRA)	Intégration, solidarité internationale, représentation, partenariat, mise en réseau	Mise en place d'un ACTIPOLE pour accompagner les projets économiques	Les associations et individus migrants ou issus des migrations marocaines	Un réseau structuré en lien étroit avec le Ministère des marocains résidants à l'étranger
Appui Conseil Formation (ACF)	Conseil et formation professionnelle,	Conseil en création ou reprise d'entreprise et ingénierie des projets socio-	Les individus migrants ou non souhaitant	Accompagnement individualisé sur l'ensemble du montage du projet

		économiques en France et en Afrique		
Club pour les Investissements et le Développement Durable au Cameroun(CID DC)	Faciliter l'implantation de tout opérateur physique ou morale axé à l'international désirant développer une activité sociale ou économique pour le développement	- L'identification des entrepreneurs, - l'Accompagnement - la mise en réseau - la connaissance des informations - les possibilités de financements	Entrepreneurs et investisseurs français	Un réseau important en France et au Bénin
OSIM (Espace Afrique, ASDSSI, Les Femmes de Labé)	Action de solidarité internationale dans les pays d'origine	Mise en place d'activité génératrice de revenu dans les pays d'origine et commercialisation d'une partie de la production au nord	Les populations locales	Connaissance et confiance avec les partenaires, connaissance du marché et

B.3.4.2. Force et faiblesse du réseau associatif migrants en Rhône-Alpes en faveur des projets économiques

Forces	Faiblesses
<p>Un réseau d'association dense Un réseau organisé en collectifs et regroupements d'associations Les associations de migrants apparaissent accessibles pour les migrants et représentent des structures clés. Elles attirent les populations migrantes, se sentent à l'aise et en confiance pour échanger. Présence de nombreux dispositifs généraux d'accompagnement (ADIE, CCI) qui constitue une base solide sur laquelle les associations peuvent s'appuyer Mise en place d'un programme national dédié à l'accompagnement avant avec un réseau d'acteur ciblé pour les migrants (GAME) Des initiatives soutenues par certains gouvernements au bénéfice de leur diaspora</p>	<p>Manque de structuration du réseau de association de migrants travaillant sur le volet de l'insertion et de l'accompagnement → manque d'interconnaissance des acteurs sur le volet de l'appui à l'entrepreneuriat. Les associations ne savent pas à qui s'adresser pour mener à bien leurs projets surtout transnationaux. Difficulté d'identification des acteurs ressources. Importance de la proximité d'une structure : dépend du lieu d'habitation et de la structuration du réseau d'accompagnement « tout public » existant Manque d'accompagnement des structures publiques si ne rentre pas dans les dynamiques de coopération internationales</p>

B.3.4.3. Pour aller plus loin

Les besoins identifiés par les accompagnateurs :

- Appuyer moralement, matériellement et financièrement une initiative comme le FEDDA qui est certes portée par l'ABL mais qui concerne tous les migrants quel que soit leur pays d'origine.
- Présenter des études de marché sur des zones géographiques en Afrique.
- Récompenser et aider financièrement les entrepreneurs Africains qui se lancent en Afrique.
- Créer si possible des incubateurs d'entrepreneurs migrants.
- Favoriser la création de fonds de garantie pour sécuriser les emprunts demandés par les entrepreneurs migrants
- Mettre en place des dispositifs d'appui pour que les accompagnateurs déjà présents puissent renforcer leurs ressources humaines nécessaires à l'accompagnement individualisé sollicité par les entrepreneurs
- Orienter les entrepreneurs migrants qui ont besoin d'aide vers des organismes spécialisées dans les différentes étapes de la construction d'un projet économique
- Améliorer la circulation et la mise à disposition des informations sur les possibles financements et les formations à l'entrepreneuriat (renforcement de compétences)
- Faire connaître les acteurs de la coopération internationale et transnationale aux entrepreneurs et organismes d'accompagnements

Développer les liens entre les organismes d'accompagnement et les autres partenaires de la coopération internationale ainsi qu'entre les organismes d'accompagnement entre eux (par exemple un forum d'échanges entre les différentes CCI franco-africaines).

Conclusion

Dans son étude, et suite aux différents entretiens réalisés, I.NSANGOU se posait finalement la question suivante : « la création d'entreprise serait-elle hors du champ des préoccupations des associations subsahariennes ? ». En effet, à l'exception du centre Action Conseil Formation (A.C.F), que nous avons également recensé dans notre étude, il n'avait pu identifier aucun autre réseau associatif « migrant » fort, spécialisé dans l'accompagnement spécifique du public migrant vers la création d'activités génératrices de revenus, nationales ou transnationales.

La création d'entreprise apparaissait alors comme une démarche individuelle portée par la seule volonté de la personne, qui parvient à mobiliser des réseaux d'entraide informels (amicaux, familiaux) pour atteindre ses objectifs. L'abondance de structures d'accompagnement publics présentes dans la région Rhône-Alpes reste alors peu utilisée car peu accessible (financièrement, géographiquement) et/ou peu connue.

I.NSANGOU recueillait ainsi le témoignage d'un responsable associatif qui déplorait la situation actuelle (2012) : « *En ce qui concerne l'entrepreneuriat immigré au sein de la communauté africaine du Grand Lyon, là aussi on retrouve les mêmes réalités culturelles et la primat de l'intérêt particulier sur l'intérêt général. C'est dommage qu'il n'y ait pas d'occasion de rencontres, d'échanges d'information. C'est vrai, il y a beaucoup d'initiatives lorsque vous allez à la 'rue de la Guillotière¹⁵¹, à différents niveaux. Bon, je me dis, c'est dommage qu'il n'y ait pas de besoin de rencontres, d'échanges d'informations, de lobby. Cela peut aider par exemple à créer des synergies pour réussir ensemble, créer de l'emploi, des structures de formation.* »

A l'issue de cette étude menée auprès d'une vingtaine d'interlocuteurs de la région Rhône-Alpes, représentant une population de plus de 500 personnes, il apparaît en effet que l'appui à la création d'entreprise pour les migrants soit un secteur assez « déserté », tant par les associations de migrants –et autres– que par les institutions publics ; et cela bien que l'on recense une forte demande de la part du public migrant. Des initiatives existent et des structures, telles A.C.F, se spécialisent dans le domaine. Cependant, elles restent relativement isolées et peu structurées, bénéficiant de peu de moyens et fonctionnant en majorité sur leurs fonds propres, en dehors des réseaux labellisés tels que « Lyon Ville Entrepreneuriat » ou « Créafil ». Ceci les exclue de fait des appuis techniques, méthodologiques ou du simple « réseau professionnel » permettant de développer leurs activités d'accompagnement. Faute de moyens, la majorité des associations de migrants joue donc pour l'instant le rôle essentiel de « transmetteur d'informations » et de plateforme d'échanges, réorientant les individus vers les structures d'accompagnement publiques adaptées, telle l'ADIE pour le financement, d'autres organismes pour l'aide en amont du projet.

Notre postulat de départ est donc vérifié, mais leur rôle ne se limite finalement pas à cette simple activité informelle. La mise en place des chambres de commerce et d'industrie franco-africaines, à l'instar de la Chambre Franco-Béninoise, illustre toutefois une montée en puissance des services proposés par les associations de migrants à leurs compatriotes. L'organisation du FEDDA montre cette volonté de rassembler les différentes parties prenantes, montrant les prémices d'une volonté de structurer ce réseau. Cette initiative, que nous ne pouvons que saluer, met toutefois en avant la nécessité de développer des partenariats avec les organismes publics existant dans le domaine, et de s'ancrer dans le tissu régional afin de pouvoir rendre visible son action auprès du public mais aussi des investisseurs et entrepreneurs. Toutefois, l'implication d'entreprises ou d'établissements français (publics ou privés) oriente parfois les activités de manière « unidirectionnelle », limitant les échanges dans le sens de la France vers l'étranger. Les associations de migrants deviennent alors des « guides » pour les entreprises françaises souhaitant investir dans leur pays d'origine, sans que cela ne renforce leurs capacités à accompagner leurs compatriotes dans la création de leurs propres activités transnationales.

¹⁵¹ La rue de la Guillotière est située dans le 7^e arrondissement de Lyon et est connue pour être un lieu de commerce cosmopolite, regroupant notamment des entrepreneurs d'origine africaine, asiatique, européenne dans des activités de vente de marchandises et de services (restaurants, épiceries, petits commerces, NTIC, coiffure, esthétique, etc.)

Outre le dynamisme inhérent à chaque association, d'autres facteurs entrent en jeu. Dans le cadre des activités transnationales notamment, la réactivité des institutions ou interlocuteurs étrangers (ici dans le pays d'origine), ainsi que les liens que le pays d'accueil et le pays d'origine entretiennent, dans les domaines économiques, culturels, juridiques, etc., jouent fortement sur le succès des initiatives d'accompagnement portées par les associations de migrants, et donc sur les projets portés par les entrepreneurs. Ainsi, les coopérations Franco-Marocaines et Franco-Burkinabè entre la région Rhône-Alpes et Rabat-Salé, et la région de Ouagadougou sont des terrains favorables à l'émergence d'activités transnationales, certains échanges étant par là-même facilités. Les associations qui parviennent à se faire reconnaître comme interlocuteur valable auprès des instances décisionnaires et des partenaires de la coopération sont ainsi privilégiées pour mener leurs activités à destination de leurs communautés. A titre d'exemple, le Forum Economique et de Développement Durable de l'Afrique a été initié par l'Association des Burkinabè de Lyon, dont le pays dispose d'accords de coopération avec la région Rhône-Alpes.

Afin d'envisager l'amélioration de la qualité des politiques en matière d'intégration et de soutien aux activités économiques transnationales des migrants, il importe aujourd'hui de se baser sur l'existant, c'est-à-dire de mieux connaître les acteurs issus des migrations dans le domaine de l'accompagnement actuellement sur le terrain. Leurs caractéristiques, leurs attentes et leurs difficultés pourront constituer des bases de réflexion pour réaménager les dispositifs existant et les politiques qui leur sont liées.

Les recommandations formulées à l'issue de notre étude sont des premières pistes, que l'étude menée par le cabinet KapE 360, basée sur les dispositifs publics existants et sur les trajectoires individuelles des entrepreneurs, pourra venir compléter. A ce titre, l'élargissement du champ d'étude en dehors de la région Rhône-Alpes pourrait permettre de s'inspirer d'autres initiatives déjà fonctionnelles dans ce domaine. Ainsi, à Paris, la Mutuelle d'Epargne et de Crédit des Sénégalais de France (MECSEF), institution financière gérée par la diaspora sénégalaise à destination de ses ressortissants, est née à l'issue du Symposium des Sénégalais de l'Extérieur, tenu à l'été 2001 à Dakar. Elle a pour objectif premier de répondre aux problématiques de financement des projets individuels et associatifs des membres de la diaspora, désignées comme frein principal au développement des initiatives entrepreneuriales nationales et transnationales portées par les migrants.

Annexes

Liste des personnes interrogées à titre individuel ou au nom d'une association

Association/ organisme	Type de structure	Pays/ thématique	Nom	Fonction
ABL (Association des Burkinabè de Lyon)	OSIM	Burkina Faso	Amidou Ouedraogo, Tatiana Kaboré, Kinda Kimdaogo	Président, Trésorière, Vice Président
ABRA (Association des Béninois de Rhône-Alpes)	Collectif d'association de migrants	Bénin	Zounon Wassi	Ancien Président
ACF (Appui Conseil Formation)	Association	Economique	Daniel Koutia	Directeur
ADIE (Association pour le droit à l'initiative économique)	Association	Economique	Angèle Mignonac, Sofia Comandari Tejada	Chargée de projet, Stagiaire
Agence Plume Insert	OSIM	République Démocratique du Congo	Céline Kula-Kim	Présidente
AHBC (Association Horizon Bénin Culture)	OSIM	Bénin	Pierre Loklounon	Président
Amis de Luanda	OSIM	République Démocratique du Congo	Béatrice Kilubu	Secrétaire
APAP-K (Association pour la Promotion Agro Pastorale au Kasai)	OSIM	République Démocratique du Congo	Alain Mulaba	Président
ASDSSI (Action solidarité développement sanitaire et sociale Idergan)	OSIM	Maroc	Saadia Anni	Présidente
CCIFB (Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Béninoise)	Association	Bénin	Assani Abdel Aziz	Présidente
CIDDC (Club pour les Investissements et le Développement Durable au Cameroun Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Béninoise)	Association	Cameroun	Guy Balard	Directeur
CIDRA (Collectif des Initiatives franco-marocaine de développement en Rhône-Alpes)	Collectif d'association de migrants	Maroc	Mustapha Charqaoui	Président
Collectif Africa 50	Collectif d'association de migrants	Culture Afrique et Pacifique	Christophe Amany	Président
Espace Afrique	OSIM	Burkina Faso	Tatiana Kaboré	Présidente
Femmes de Labé	OSIM	Guinée	Assiatou Diallo	Présidente
Forim, ancien pSeau	Personne ressource		Yaya Kane	Ancien chargé de mission PMIE
Humanis Afrique	OSIM	Bénin	Assani Abdel Aziz, Madeleine Daneu	Vice Président
TRACE (forum régional des mémoires d'immigrés)	Personne ressource		Benjamin Vanderlick	Ethnologue/ photographe ayant travaillé sur les commerçants africains du quartier de la Guillotière à Lyon
Yelen	Association	Sénégal	Moda M'Baye	Directeur

C. Analyse qualitative des activités entrepreneuriales transnationales des migrants en Rhône Alpes. Identification et analyse de bonnes pratiques

par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal

Préalable méthodologique

Conformément aux termes de référence tels que définis par le Fonds Européen pour l'Immigration, nous avons menée une étude qualitative qui s'appuie sur un questionnaire élaboré en partenariat entre le COP et Kape 360. La rencontre avec les entrepreneurs fut organisée sur la base d'entretiens semi-directifs. Pour la plupart, ils ont été réalisés en face à face, mais pour des raisons de disponibilités, certains entrepreneurs ont préféré répondre au téléphone. Les résultats de l'étude ici présentés reposent sur l'interprétation des entretiens menés.

L'identification et la rencontre avec les entrepreneurs africains ont été organisées selon deux modes opératoires. D'une part, en allant solliciter directement des commerçants dont les enseignes indiquaient clairement le lien avec l'Afrique (coiffures afro, épicerie exotiques, restaurant africains) ; et d'autre part, en nous appuyant sur les réseaux identifiés, à savoir les services d'appui, les associations de migrants, notre réseau personnel et le réseau des personnes rencontrées lors des entretiens.

La rencontre avec la population ciblée peut s'avérer complexe.

Tout d'abord pour des raisons évidentes de disponibilités. Mais aussi parce que malgré les recommandations et le recours aux réseaux, nombreuses sont les personnes à éviter les entretiens. Soit en ne répondant pas aux sollicitations, soit en honorant pas les rendez-vous.

Ensuite, rappelons que la cible de l'étude porte sur les entrepreneurs originaires d'Afrique dont l'activité est en lien avec leur pays d'origine, ou avec la région du Piémont en Italie. Le caractère transnational de l'activité se réfère à deux dimensions : l'une qualifiée de "forte" renvoie aux relations commerciales, économiques, financières. L'autre, dite "faible", concerne les échanges de savoirs, d'idées, de compétences. S'il est assez facile d'identifier des entrepreneurs, il est en revanche plus délicat de cibler ceux dont l'activité comporte une dimension transnationale.

Ainsi, nous avons dû renoncer assez rapidement au contact direct car pour leur grande majorité, les commerçants n'ont pas de relation transnationale dans le cadre de leur activité. Ils se fournissent essentiellement chez des grossistes, qui eux-mêmes se procurent souvent leurs fournitures ailleurs qu'en Afrique. Grossistes qui, par ailleurs, sont souvent originaires de pays non africains.

En revanche, et il nous importait de le souligner, toutes les personnes rencontrées ont fait preuve d'une grande générosité dans l'échange. N'hésitant pas à parler spontanément de leurs réussites comme de leurs déconvenues.

Nous avons eu l'opportunité d'interroger 22 entrepreneurs, parmi eux, 15 exercent une activité en lien avec leur continent d'origine (ou souhaitent le faire à court terme). Ce sont ces 15 parcours que nous avons retenus pour l'analyse et sur la base desquels nous explorerons quelques faits marquants dans la deuxième partie. Compte-tenu de la taille modeste de notre panel, nous n'avons pas la prétention à l'exhaustivité. Néanmoins, certaines réponses, parce qu'elles sont récurrentes, méritent d'être exposées et analysées.

Parmi ces différentes "histoires", et sur la base de critères que nous exposerons dans la troisième partie, nous avons nous en avons sélectionnée qui permettent d'illustrer ce que nous appellerons de "bonnes pratiques". La méthodologie retenue s'inspire du "Making it work" développé par Handicap International¹⁵² pour identifier et partager les "bonnes pratiques" dans leur domaine d'action. Dans un premier temps, il s'agit de définir les critères sur la base desquels sélectionner les exemples. Une fois les parcours identifiés, les facteurs de succès sont dégagés pour en tirer des leçons et recommandations à communiquer. Les "belles histoires" pourront ainsi être présentées sous forme de tableaux pour en faciliter la lecture et la diffusion.

C.1. Entrepreneuriat africain transnational en Rhône-Alpes : les faits saillants

Ce travail s'appuie sur l'analyse des comptes rendus d'entretiens que nous avons menés avec les entrepreneurs, analyse présentée en annexe 1.

C.1.1. Généralités

Les personnes rencontrées sont majoritairement des hommes (douze sur quinze), les trois femmes interrogées travaillent dans le commerce de la coiffure et de l'habillement, conformément aux données indiquées dans l'étude de l'APCE de juin 2006¹⁵³.

Parmi les différentes nationalités il en est une qui est plus représentée que les autres. En effet, sur les quinze entrepreneurs, six sont d'origine sénégalaise mais sur un si faible échantillon, il est délicat d'interpréter cet élément. D'autant plus que sur les six personnes, quatre se connaissent et que les rencontres ont été facilités grâce à ce lien.

¹⁵² http://www.handicap-international.us/making_it_work

¹⁵³ André Letowski, Les créateurs étrangers : spécificités en termes de profil et de pérennité. Note de synthèse, APCE, Juin 2006

Nous avons rencontré peu de personnes à avoir la nationalité française (cinq, dont deux qui ont la double nationalité) malgré une présence en France de longue date. En effet, la plupart (dix personnes) vit en France depuis plus de dix ans. On remarque également que parmi les entrepreneurs rencontrés, seuls deux d'entre eux ont le projet d'un retour définitif dans leur pays d'origine.

C.1.2. A l'origine du projet entrepreneurial : des motivations plus positives que réactives

A la question "pourquoi avez-vous choisi d'entreprendre"? La plupart des personnes interrogées répond par des motivations que nous qualifions de positives. "*Je voulais vivre de ma passion*", "*j'ai toujours aimé ce métier*", "*je rêvais d'indépendance*", "*je voulais aider mon pays*", sont les réponses les plus courantes (dix réponses). Certains officialisent une démarche informelle, un autre prolonge une expérience engagée dans son pays d'origine.

Les motivations réactives sont plus rares, il s'agira surtout de créer une activité permettant de se procurer un salaire décent au regard des compétences acquises. Quatre personnes seulement sur les quinze concernées ont évoqué la difficulté à faire reconnaître leurs compétences et à trouver un emploi, et cinq étaient au chômage au moment de la création. Ce constat va à contre-sens de ce que nous pouvons lire dans certaines études sur le sujet, et notamment dans la lettre INSEE de décembre 2012¹⁵⁴ : "*Pour les immigrés, s'investir dans la création d'entreprise apparaît comme une voie d'insertion économique et sociale et constitue une réponse à des conditions d'accès à l'emploi difficiles : plus de chômage, des emplois plus précaires et ce malgré la possession d'un diplôme.*"

Toute précaution prise eu égard à la taille modeste de notre échantillon, ce résultat est à considérer en relation avec le caractère transnational des activités concernées. En effet la dimension transnationale est une caractéristique déterminante dans la mesure où elle renvoie à des activités dont la raison d'être est l'interaction entre deux territoires. On peut donc comprendre ce type d'entrepreneuriat comme la valorisation d'une double appartenance territoriale, la volonté de faire de ce statut de migrant la force même de la démarche. La société *Ethnyks, Stratégie et Communication* en est une parfaite illustration qui a pour objectif d'accompagner les entreprises françaises dans leurs projets de développement sur le continent africain. Elle est le chaînon reliant les deux territoires. Apporteur de partenaires techniques et financiers en Afrique d'une part ; passerelle interculturelle vers les marchés africains d'autre part.

Nous verrons dans la troisième partie que les plus belles réussites sont l'oeuvre de personnes qui, via leur projet d'entreprise valorisent leur "africanité" en France, et leur "européanité" en Afrique.

¹⁵⁴ INSEE Rhône-Alpes, *la lettre analyse*, n° 183, décembre 2012, p.3.

C.1.3. De l'isolement des entrepreneurs africains en Rhône Alpes. Le difficile accès au financement et à l'information

Lorsque l'on interroge les entrepreneurs sur leur insertion dans un tissu associatif, neuf d'entre eux affirment n'être membre d'aucune association et seul un d'entre eux est membre d'une association de ressortissants. Il ressort des entretiens un sentiment partagé de grand isolement. Ce constat mérite d'être quelque peu affiné en fonction de l'état d'avancement du projet et selon la nature de l'appui concerné.

En matière de financement, le résultat est sans ambiguïté, qu'il s'agisse des institutions ou du réseau personnel et communautaire, les entrepreneurs se sentent complètement isolés. Et pour la grande majorité (dix d'entre eux), ils ont financé leur projet sur fonds propres et l'accès au financement est la première difficulté évoquée par les personnes rencontrées (sept sur quinze). Les banques n'accordent que très rarement les crédits nécessaires (un seul entrepreneur dans notre étude). *"Quand on est migrant, il est impossible de fournir les cautions exigées"*¹⁵⁵, *"C'est déjà très difficile de pouvoir emprunter auprès des banques, mais si en plus vous voulez travailler avec l'Afrique, c'est carrément impossible"*¹⁵⁶. Nous avons rencontré trois personnes passées par l'ADIE et bénéficiaires d'un micro crédit. Le micro crédit apparaît ainsi comme l'unique possibilité, mais les sommes sont réduites et il faut souvent revoir le projet à la baisse. Par ailleurs, il semblerait que ce dispositif ne soit pas adapté au besoin de financement autre que pour de l'investissement. Ainsi, les entrepreneurs puisent dans leurs fonds propres : économies, petits boulots, certains ont même recours à un prêt à la consommation. *"Pour financer mon projet, j'ai cumulé les petits boulots et les prêts à la consommation, ça n'a aucun sens, mais les banques ne veulent pas soutenir les projets en Afrique", "c'est plus facile pour une ONG de trouver des fonds que pour un entrepreneur"* (F.Kamara).

Concernant la création de leur structure, ils sont douze à répondre n'avoir eu aucun soutien de la part des services publics ou privés, ils sont dix à avoir toujours besoin d'être accompagnés, conseillés et suivis.

La plupart des personnes rencontrées méconnaissent les structures d'appui¹⁵⁷, elles les jugent trop complexes, et ont du mal à se repérer dans le foisonnement d'institutions et de réglementation. *"C'est trop lourd, trop complexe et éparpillé", "ce n'est pas adapté aux nouveaux arrivants"*(A. John). Dans la plupart des cas, elles n'ont même pas tenté de recourir aux dites structures.

Concernant le rôle joué par les associations, onze d'entre eux affirment avoir bénéficié de leur appui. Les associations en question sont d'objets divers¹⁵⁸ et leur implication semble plutôt être le fruit d'un hasard heureux, d'une opportunité, d'une proximité géographique plutôt que d'une recherche systématique du bon

¹⁵⁵ Le président de Ethniks, Stratégie et Communication"

¹⁵⁶ Président de ACF : Action, Conseil, Financement

¹⁵⁷ Ils sont 9 à ne pas les connaître, 3 à les juger inutiles mais sans les avoir vraiment approfondis.

¹⁵⁸ Emmaüs, associations humanitaires, associations locales d'appui à la création d'entreprise

partenaire¹⁵⁹. Dans la grande majorité, l'appui de ces associations fut apprécié, et elles sont considérées comme des partenaires recommandables.

Au cours des échanges, nous avons pu noter une forme de revendication de cette solitude : *"Je suis entrepreneur, je prends des risques, je ne cherche pas d'aide"* (B. Lounis), *"j'ai toujours fait les choses tout seul, j'y ai laissé des plumes mais je n'ai jamais laissé tomber"* (F. Camara), *"je n'ai sollicité personne, j'ai voulu faire mes preuves tout seul avant d'aller chercher des appuis"* (Ahmed Assani).

L'accès au financement et à l'information sont les deux principales difficultés évoquées mais cela doit être mis en perspective avec le fait que cinq personnes nous ont affirmées n'avoir eu aucune difficultés et que pour neuf d'entre elles, les difficultés rencontrées ne sont pas liées à leur statut de migrant mais plutôt inhérentes à tout projet de création d'entreprise. Ils sont deux à préciser que la vraie difficulté consiste à vouloir travailler avec l'Afrique.

C.1.4. Entreprendre pour l'Afrique, entreprendre avec l'Afrique : le rôle des réseaux personnels

La volonté est forte chez les entrepreneurs rencontrés de soutenir leur village, ou plus largement leur pays d'origine (dix personnes). Ils s'appuient pour cela sur leur réseau familial et amical (neuf d'entre eux) qu'ils impliquent à différents degrés.

Echanges de compétences, créations d'emplois, transferts d'argents et interculturalité, telles sont les mécanismes à l'oeuvre dans ces relations.

La volonté de développer des compétences et de créer des emplois

"Dans mon village, en Guinée, ce sont mes frères et soeurs qui gèrent l'école de danse. Je leur ai appris la danse, je les ai formé à la gestion et à l'organisation. Depuis 3 ans, ils peuvent fonctionner sans moi" (M. Camara). Pour mener à bien son projet, cet artiste converti en chef d'entreprise a ainsi créé quatre emplois auxquels s'ajoutent les interventions ponctuelles de musiciens lors des stages. Ils sont quatre, parmi les personnes rencontrées à avoir créé vingt et un emplois sur le continent africain. De ce point de vue, l'entreprise *Ethniks, Stratégie et Communication* est particulièrement dynamique. En effet, créée en 2008, la société dispose désormais, en plus de son siège au Bénin, de quatre bureaux en Afrique en plus du bureau français. Au cours des deux dernières années, le nombre de personnes salariées est passé de quatre à douze. Mais son Président est très clair, *"chaque nouvelle implantation repose sur mon réseau familial et amical"* (A. Assani).

L'apport de compétences est un thème récurrent dans les entretiens, neuf d'entre eux oeuvrent en ce sens. Certains témoignent de volontés fortes, ainsi ce diplômé d'économie passionné d'agriculture qui s'est formé seul grâce à internet pour pouvoir créer une ferme au Sénégal, dans son village natal. *"La plupart de mes*

¹⁵⁹ De la même façon, on remarque que les structures juridiques ont souvent été choisies sans réflexion approfondie mais plutôt parce qu'elles étaient les seules connues ou bien qu'un ami avait déjà créé sous cette forme.

compatriotes migrants investissent dans l'immobilier, moi je veux créer pour développer mon village. Je me suis formé et ensuite j'ai formé des villageois que j'ai embauchés. J'ai aussi négocié avec un vétérinaire localement qui a formé un membre de l'équipe en échange de quelques services" (F.Kamara).

Dynamiser son réseau, montrer la voie

"Pour me fournir en matériaux (sable, bois), je m'appuie sur mon réseau d'amis et artistes sénégalais. J'organise également des expositions là-bas, je fais venir des toiles en France. J'ai montré la voie à mes amis" (B. Touré). La démarche de cet artiste a permis de valoriser le travail mené par différents artistes sénégalais. Une valorisation ici et là-bas.

Eviter les intermédiaires financiers

Si les services de Western Union et Money Gram semblent incontournables, dans la mesure du possible, les entrepreneurs privilégient les transferts d'argent directs soit lors de leurs déplacements soit par virements bancaires quand c'est possible. La question des transferts financiers peut-être structurante. C'est ainsi que pour faire vivre son association au Sénégal, un migrant a créé une épicerie locale. Cela permettait d'une part de créer de l'emploi et d'autre part d'éviter les envois d'argent depuis la France. *"Pour éviter les transferts d'argent, j'ai financé la création d'une épicerie, mon cousin en est le gérant. Cela lui permet de faire vivre sa famille. La part qui me revient est donnée à ma famille et finance l'association que j'ai créé pour aider les enfants des rues".*

Nous avons rencontré un entrepreneur pour qui cette question est tellement essentielle qu'elle est à l'origine même de son projet : *"La diaspora n'a pas conscience de l'apport financier qu'elle représente pour l'Afrique. Plutôt que d'enrichir Western Union, nous devons travailler ensemble au financement des entreprises génératrices d'activité économique en Afrique. C'est pourquoi j'ai décidé de créer cette télé, c'est un outil au service du développement de l'entrepreneuriat en Afrique" (L. Many).*

C.1.5. Des entrepreneurs transnationaux

Si l'objet de l'étude porte sur les entrepreneurs migrants, il apparaît assez nettement au fil des entretiens que les personnes concernées se définissent elles-mêmes avant tout comme des entrepreneurs. Quant à leur origine, elle est toujours appréhendée dans le cadre de leur activité et dans son rapport avec la France et l'Europe. Ce sont des entrepreneurs transnationaux.

Des passerelles entre l'Europe et l'Afrique

Lorsque l'on évoque les relations entre l'Europe et l'Afrique, il est souvent question de transferts (argent, compétences, technologies). Des transferts le plus souvent appréhendés de façon unilatérale : de l'Europe vers l'Afrique. Pourtant, les entrepreneurs africains rencontrés sont autant de passerelles entre les deux continents. Et les flux se font dans les deux directions. *"Lorsque je rentre au pays,*

je fais le tour des salons tenus par mes amies et je me forme aux dernières coiffures à la mode" (A.Diop). Les voyages sont ainsi l'occasion d'actualiser des compétences.

Les belles réussites des artistes que nous avons rencontrés mettent en évidence l'atout que peut constituer une identité africaine affirmée à travers un projet. Ce sont les clients français qui achètent les toiles empruntées de Sénégal ou qui apprennent à danser le Doudounba. Cette entrepreneure Ivoirienne l'a bien compris qui vend des wax et des tenues sur mesure. *"Pour l'instant, mes clientes sont africaines, mais ce que je vise, ce sont aussi les françaises. Il y a vingt ans en France les femmes ne connaissaient pas les extensions, personne ne fréquentait les boutiques chinoises, personne ne mangeait de kebabs...."* (M.A. Flora)

Africains ou entrepreneurs?

Ce sentiment partagé de faire face aux mêmes difficultés que tout entrepreneur quelque soit sa nationalité est à rapprocher des pratiques identifiées en matière de réseau. Indépendamment du rôle joué par le réseau familial et amical, préalablement évoqué. Il apparaît, en effet, que les réseaux de migrants ne sont pas fréquentés par les entrepreneurs rencontrés. Une seule personne a déclaré être membre d'une association de migrants. La plupart ne les fréquente pas et aucun ne les considère comme une ressource utile à la création d'entreprise. Ils peuvent même être assez sévères, tel cet entrepreneur qui nous explique ne pas faire partie de *"cette secte"* (M.Camara). Un autre cite les préjugés qu'entretiennent les africains : *" Le problème c'est que les migrants ne font pas confiance aux migrants lorsqu'il s'agit de choses sérieuses. Les africains, on les contacte pour faire la fête, pas du business"* (L.Many).

Comme nous l'avons souligné, les entrepreneurs rencontrés valorisent des compétences et des savoirs grâce leur appartenance à un double territoire. C'est bien ce double ancrage qui sous tend leur activité. Dès lors, quand il s'agit pour eux de s'insérer dans un collectif, ce sont les communautés de compétences qui priment sur les communautés d'origine. Sont ainsi évoqués : la Jeune Chambre économique Lyonnaise, la CCI franco Béninoise, l'Association Lyon Attitude. S'agissant des artistes, ils mentionnent les réseaux liés au monde de la danse ou de la peinture, sans lien avec le pays d'origine.

C.2. L'émergence de bonnes pratiques

Comme indiqué dans l'introduction méthodologique, nous nous inspirons de la démarche du "making it work" développée par Handicap International pour communiquer sur les bonnes pratiques. Le préalable à ce travail consiste à définir les critères sur la base desquels il convient de sélectionner les cas que nous considérerons comme porteurs de bonnes pratiques. Ensuite, nous identifierons les facteurs de succès pour en tirer des recommandations.

C.2.1. Définition des critères

Pour rappel, la cible de l'étude inclut les entrepreneurs issus d'Afrique francophone ayant créé une entreprise dans la Région Rhône-Alpes dont l'activité implique leur pays d'origine ou la région du Piémont en Italie.

Par conséquent, nous avons retenu, dans un premier temps, deux critères que nous qualifions d'exclusifs : Les projets retenus impliquent

- l'existence d'une activité formelle en Rhône-Alpes

Et

- l'existence d'une activité économique avec le pays d'origine (ou la région du Piémont)

Dans un second temps, nous avons défini des indicateurs de réussite pour sélectionner au sein des projets cibles, ceux qui sont susceptibles d'être porteurs de bonnes pratiques. Les projets retenus vérifient au moins deux des critères suivants:

- les créateurs ont confiance en l'avenir de leur entreprise ;
- l'activité permet de dégager un revenu (même faible en cas de lancement) ;
- le projet a permis de valoriser une compétence, un savoir-faire, une culture ;
- l'activité engendre une dynamique en Afrique.

Sur la base de ces critères, nous avons sélectionné cinq cas que nous pouvons analyser pour en extraire les facteurs de réussite.

C.2.2. De belles histoires et de bonnes pratiques

Babacar Touré - Artiste peintre - Sénégal

Description :

Babacar Touré est arrivé en France il y a treize ans. Peintre dans son pays, le Sénégal, il est accompagné lors de son départ pour la France par une association d'instituteurs menant des actions de soutien à l'éducation "Djanguete kate". Sa peinture, très imprégnée du Sénégal, se vend bien. Il est affilié à la Maison des artistes et partage son atelier avec une autre artiste peintre. Au Sénégal, où il expose également, il a créé un collectif avec ses amis peintres. Il les aide à valoriser leur travail, leur permet d'exposer en France. Aujourd'hui, il construit un atelier dans son village d'origine où il compte désormais passer la moitié de son temps.

Les bonnes pratiques :

- Le réseau associatif: très vite, grâce à son partenaire associatif, Babacar Touré expose ses toiles lors de divers événements organisés par les associations d'aide au développement situées dans la région.
- les structures d'appui : inscrit à pôle emploi à son arrivée, il est aiguillé vers une association "l'Agence Action Conseil" qui l'aide à formaliser son projet et à franchir les étapes administratives.
- le réseau professionnel : Affilié à la Maison des artistes, exposant au marché des créateurs de Lyon pendant cinq ans, il est désormais exposé par Carré d'artistes (une chaîne d'exposants).
- L'empreinte africaine : ce qui fait la valeur des toiles c'est leur identité africaine
- Au Sénégal, Babacar Touré entraîne et dynamise un collectif d'artistes.
- Il reste très attentif à sa démarche artistique et évite la facilité de "*peindre ce qui se vend*". Le renouvellement, la recherche créative et l'attachement au Sénégal sont essentiels dans sa démarche.
-

Leçons tirées et recommandations : le rôle des réseaux - la valorisation de sa singularité - le lien avec une communauté en Afrique

Baba - Association Samake Kunda - Ecole de danse - Sénégal

Description :

Arrivé en France il y a treize ans. Il est salarié dans une entreprise et accompagne des danseurs aux percussions jusqu'au jour où il décide de créer sa propre association de danse sénégalaise. Il est soutenu par sa famille et ses amis français et sénégalais. L'association fonctionne bien et aujourd'hui elle permet de verser un petit salaire à trois personnes. En plus des cours de danse, l'association propose des séjours au Sénégal, tout est géré par la famille et les amis qui vivent sur place. Un centre de danse est en construction dans son village. Un projet de festival à Lyon est en cours avec la Mairie.

Bonnes pratiques :

- Le réseau personnel : le projet s'est appuyé sur le réseau familial et amical (français et sénégalais) y compris pour les financements initiaux. C'est le cas en France et au Sénégal.
- Création d'activité en Afrique : le projet permet à plusieurs personnes de vivre d'une activité et sans avoir recours aux transferts d'argent
- Transfert/formation : les personnes en charge de l'association au Sénégal ont été formées par lui
- Le réseau institutionnel : l'implication de la Mairie d'arrondissement est utile grâce au prêt d'un local. Elle est également sollicitée pour l'organisation d'un festival de musique à Lyon
- L'empreinte africaine : l'identité africaine est au coeur du "projet"

Leçons tirées et recommandations : le rôle du réseau personnel - la valorisation de son identité - le lien avec la communauté en Afrique - Appui sur une institution locale

Ange Flora Kadi- Schilo's Boutique - Côte d'Ivoire

Description :

Arrivée en France il y a plus de vingt ans, Ange Flora Kadi met à profit une période de chômage pour réaliser un rêve : créer un commerce de tissus Wax. Accompagnée par l'ADIE, elle mettra deux ans à lancer son projet. Aujourd'hui installée dans le quartier de la Guillotière à Lyon, son commerce, bien que créé depuis peu, fonctionne bien. Le projet de cette entrepreneure pleine d'entrain est de toucher une clientèle française.

Bonnes pratiques :

- Le recours à une structure d'appui : en allant solliciter l'ADIE pour obtenir un financement, elle a trouvé un vrai partenaire qui l'a épaulée sur tout le processus de création. Elle bénéficie, en outre, d'un suivi.
- L'absence d'intermédiaires : elle va elle-même acheter son stock et évite ainsi les frais de transports et de transfert.
- Le produit : les articles vendus ont une forte identité africaine, néanmoins ils sont aussi adaptés à une clientèle française.
- Un investissement initial limité qui réduit les risques

Leçons tirées et recommandations : le rôle de la structure d'appui - le recours au micro-crédit - un produit "mondialisé"

Aziz Assani - Ethniks, Stratégie et Communication - Bénin

Description :

Arrivé en France il y a quinze ans, Aziz Assani, diplômé en économie en avait assez de ne pas trouver d'emploi correspondant à ses compétences et à ses exigences salariales. Après avoir connu trois échecs, il est aujourd'hui à la tête d'une SARL présente en France et dans cinq pays d'Afrique, qui emploie 12 personnes et qui se développe rapidement. L'activité créée consiste à accompagner les entreprises françaises désireuses de se développer en Afrique. Il est également président de la Chambre de Commerce et d'Industrie franco-béninoise.

Bonnes pratiques :

- le produit : il vend sa connaissance de l'Afrique et du monde de l'entreprise
- le réseau personnel: l'activité en Afrique repose entièrement sur le réseau personnel de Mr Assani.
- Le réseau en France : Mr Assani est président de la CCI franco-béninoise et de l'association Humanis Afrique, il est très impliqué sur les questions d'entrepreneuriat africain.
- Embauches en Afrique : en 2010, il délocalise le siège de son entreprise au Bénin pour payer moins de charges. Il embauche 12 personnes sur le continent.
- Financement : il travaille à la mise en place d'un fonds d'investissement abondé par de généreux donateurs béninois pour financer les projets de création d'entreprises des compatriotes

Leçons tirées et recommandations : le rôle du réseau personnel - une activité inscrite en Afrique - Miser sur l'Afrique - une implication forte dans les réseaux d'entrepreneurs en France et en Afrique - Mobiliser les africains des deux continents pour trouver des solutions innovantes

M'Bemba Camara - Ecole de danse - Guinée

Description :

Arrivé en France en 1985 avec le ballet d'Afrique noire, il enchaîne pendant plusieurs années les tournées en France et dans toute l'Europe. Constatant l'amour du public pour son travail de danseur, il décide de créer une association et de donner des cours de danse. L'association fonctionne bien, et M'Bemba Camara propose à ses élèves des séjours et des stages de danse en Guinée, dans son village. Depuis 3 ans, ce sont ses frères et soeurs, qu'il a formés qui accueillent les groupes de touristes. D'autres actions sont entreprises pour aider le village : véhicules, salle audio visuelle, projets de dispensaire.

Bonnes pratiques :

- le réseau professionnel : en France, M'Bemba Camara s'est appuyé sur son réseau dans le milieu de la danse.
- le réseau personnel : En Guinée, il s'appuie entièrement sur sa famille.
- Transfert de compétences : il a formé sa famille à la danse, à la gestion et à l'organisation.
- Création d'activité en Afrique : la structure fait vivre plusieurs personnes et engendre une dynamique locale sans avoir recours aux transferts d'argent.
- L'empreinte africaine : l'activité développée repose sur l'identité africaine de son créateur

Leçons tirées et recommandations : le rôle des réseaux personnel et professionnel - la formation - l'identité africaine

Conclusion

L'étude qualitative que nous avons réalisée, si elle repose sur un panel modeste, permet néanmoins de dégager quelques tendances fortes.

Ainsi, nous l'avons souligné à plusieurs reprises, à travers leur projet d'entreprise ces hommes et ces femmes valorisent leur propre transnationalité. L'Afrique est au coeur de leur projet mais toujours dans sa relation avec la France (ou l'Europe). Cette singularité liée à leur origine est une de leur grande force, mais elle n'est pas la variable par laquelle ils se définissent. Ce qui est déterminant et constitutif selon eux, c'est qu'ils sont entrepreneurs, ou artistes. C'est ce qu'ils font plus que ce qu'ils sont qui les caractérise. Cela explique sans doute la faible évocation des associations de migrants. Néanmoins, l'étude le montre sans ambiguïté, la réussite d'un projet d'entreprise nécessite d'être inséré dans des réseaux. Le rôle du réseau familial et amical est particulièrement déterminant en Afrique. En France, les réseaux professionnels sont plus souvent évoqués.

Un autre point mérite d'être souligné, il s'agit de la volonté de générer du développement dans le pays d'origine. Ainsi, le projet entrepreneurial apparaît comme un moyen d'action solidaire alternatif. Les relations économiques directes et les transferts de compétences et de responsabilités sont privilégiés par rapport aux aides et autres envois d'argent coûteux et souvent stériles.

ANNEXE : Analyse des entretiens

Informations générales

Sexe

Nombre d'hommes 12
Nombre de femmes 3

Pays d'origine

Sénégal 6
Côte d'Ivoire 2
Congo Kinshasa 1
Algérie 1
Bénin 2
Gabon 1
Guinée 1
Cameroun 1

Création de l'activité

Depuis moins de 2 ans : 5
Depuis plus de 2 ans : 10
Activité cessée : 1

Nationalité française : 4

En France depuis plus de 10 ans : 10

Effectif de l'entreprise

Seuls 8

Employeurs 5 dont 4 en Afrique (21 emplois en Afrique)

Associés 3

Secteurs d'activité

Coiffure 2

Artiste 3

Import/export 2

Confection, tissu, cuir 2

Conseil, accompagnement 2

Alimentaire 1

Agriculture 1

NTIC/médias 2

Le concept

Pourquoi? Comment? Avec qui? Quelle situation professionnelle au moment de la création?

Situation professionnelle au moment de la création

Chômage 5

Salarié 6

Petits boulots 1

Motivations positives

Désir d'indépendance 2

Faire un travail plaisant 2

Vivre de sa passion 4

Professionnaliser une démarche déjà entreprise 2

Déjà entrepreneur dans son pays d'origine 1

Aider mon pays à se développer 2

Motivations réactives

Mal payé, compétences pas reconnues 3

Créer son emploi car impossible de trouver un travail salarié 1

Accompagnement à la réflexion

Par les amis et la famille 4

Par une association 4

Par un organisme spécialisé 1

Des tentatives 2

Situation personnelle / réseaux

Seul 9

Membre d'une association (de migrants ou autre) : 4 (associations autres)

Demandeur d'asile 1

Nouvel arrivant en France 1

La création

Forme juridique - Une entreprise dans le pays d'origine? Recours aux services publics et/ou privés? Faiblesses des services? Recours à d'autres structures (réseau, associations)? Difficultés à la création -

Forme juridique

Aucune 2
SARL 2
Auto entreprise 4
Sté Personnelle 2
Exploitation agricole 1
Association 3
Membre d'une SCOP 1
SAS 1

Entreprise dans le pays d'origine

Oui 5
Non 5
En cours de création 3
Un projet 3

Expérience des services publics et/ou privés

- Bonne expérience/ Services à recommander
Mairie 2
CCI 3
- Mauvaise expérience
Pôle emploi 2
- Autre
ça ne sert à rien 2
Pas besoin 1
Aucune information, méconnaissance 9

Autres appuis

Professionnels (avocat, comptable) 2
Amis/famille/réseau informel des ressortissants (même sans appartenir à une association) 6
Associations 11
A recommander : ADIE 3, Association mains ouvertes, Emmaüs, Agence Action Conseil, Créons, ADEL, coursive d'entreprises Saint Fons, CCI franco béninoise, Lyon Attitude

Entreprises /Mécènes 1

Difficultés

L'argent, le financement 7
Méconnaissance de la législation 1
Pas d'appui 2
Rassembler les migrants autour d'un projet 1

Pas de difficultés 5

Des difficultés propres au statut de migrant :

Oui 6 (la solitude, les demandes de caution, les préjugés, incompréhension, on doit faire nos preuves plus que les autres, les migrants eux-mêmes)

Non 9

La vraie difficulté c'est de vouloir travailler avec l'Afrique 2

Faiblesses des services

Complexe/ Information dispersée 4

Lourd/Lent 2

Méconnu 4

Pas de solution de financement 1

Inadapté aux nouveaux arrivants 1

Le financement

Origine des fonds

Fonds propres/ Economies 10

Prêts à la consommation 1

Crédit bancaire 1

Micro crédit 3

Subvention 1

Dons 2

Pas besoin de financement (Sté de service) 2

Rôle des réseaux

Aucun 13

Les amis 1

Les compatriotes 1

Professionnel 1

Transferts de fonds avec le pays d'origine

Western Union et Money Gram 6

Virement bancaire 2

Pas de transfert 7 (ils évitent, trouvent des solutions directes)

Relations transnationales - Nature des relations avec le pays d'origine (ou de la sous région) - Réseau dans le pays? Part de la clientèle issue du pays d'origine - Transferts de compétences? Famille d'entrepreneurs? Des relations dans le Piémont?

Relations avec le pays

Commerciales 6

Personnelles et familiales 9

Employeur dans le pays d'origine 5 (dont 1 dans plusieurs pays de la sous région)

Travaillent eux mêmes sur place 3

En projet 3

Je veux aider mon pays, l'Afrique, mon village 10

Echanges de compétences

Transfert de compétences et savoir-faire dans le pays d'origine 8

Souhaiterait le faire 1

Entretien ses compétences en allant dans le pays d'origine 1
Est un exemple, a montré la voie 2

Clientèle majoritairement

Africaine 7
Française 6
Maghrébine 1
Indistinct 2

Entourage d'entrepreneurs

Amis 3
Famille 7
Aucun 3

Réseau d'appui à l'activité transnationale

- Dans le pays d'origine impliqué dans le projet
Réseau personnel, informel 8
Réseau professionnel 3
Aucun réseau 5
- En Rhône-Alpes : 2

Situation de l'entreprise aujourd'hui - situation - difficultés - besoin d'accompagnement

Situation

Démarrage 5
Réussite-progression 7
Stagne-suspendue 3
Permet de dégager un revenu 6

Difficultés

Aucune 5
Trouver les bonnes informations 3
Trouver des fonds 3
Trouver un local 1
La Publicité 2
Le manque de réseau 2
Le suivi à distance 2

Besoins

Conseil juridique 3
Accompagnement à la création et au suivi 7
Financement 2
Aucun 4
Méfiant 1

Relations avec un réseau

Aucune 9
ADIE 1
Associations de migrants 1

CCI franco Béninoise 2
Association Lyon Attitude 1
Jeune chambre économique lyonnaise 1

Futur de l'entreprise - Projets - Embauches - Activités en Afrique - Rôle des réseaux

Des projets?

Augmenter le nombre de points de vente 2
Développer/diversifier les activités 5
Faire des travaux / trouver un local plus grand 2
Dégager du temps pour passer plus de temps dans le pays d'origine 1
Formation 1
Travailler dans de nouveaux pays 2
Pas de visibilité 3

Embauches prévues

Oui 6 Au sein de la communauté 3
Non 4

Développement des activités en Afrique?

Oui, c'est un projet 7
Aimerait bien 3
Non 2
Un retour définitif est prévu 2

Rôle des réseaux à l'avenir

Aucun 3
Oui 5

Désir d'aider les autres

Non 2
Oui, pourquoi pas, je le fais déjà 4
Oui, c'est un projet, dans un cadre structuré 4

Conclusion Générale

par Kap€ 360, Virginie Escudié, Marie Vidal

Comme évoqué dans la première partie de l'étude consacrée aux dispositifs d'appuis, la région Rhône-Alpes, certes mobilisée autour de ses entrepreneurs, n'offre pas de services ciblés pour ceux qui sont issus de l'immigration. Néanmoins, il est possible d'identifier certains outils que cette catégorie d'entrepreneurs semble apprécier. C'est notamment le cas du micro-crédit accompagné tel que proposé par l'ADIE, malgré des limites en matière transnationale. Les autres instruments d'appui et les institutions qui les portent sont très largement méconnus. Dès lors se pose la question de l'information, de sa diffusion et de la bonne porte d'entrée. Vraisemblablement le rôle de la communauté d'origine peut être un bon vecteur et plusieurs personnes interrogées soulignent l'intérêt qu'il y aurait à envisager des partenariats entre les associations de migrants et les structures d'appui à l'entrepreneuriat.

A la lecture du rapport effectué par le COSIM sur le sujet, il ressort que les associations de migrants jouent un rôle clé dans la diffusion d'informations à leurs membres qu'elles orientent vers les structures d'appui connues. Par ailleurs, ces structures sont nombreuses à vouloir promouvoir l'entrepreneuriat de leurs ressortissants, qu'il s'agisse de favoriser leur insertion en France ou de les accompagner dans leur volonté de créer des activités génératrices de revenus dans leur pays d'origine. Cette volonté est entravée, selon cette étude, par un manque de compétences sur le sujet et une mauvaise représentation dans les réseaux d'appui. Toutefois, on note une dynamique intéressante au sein des collectifs de migrants autour de ces questions, notamment avec la constitution des Chambres de Commerce et d'Industrie franco-africaines¹⁶⁰, les clubs d'investissement, et certaines associations particulièrement proactives sur le sujet telle l'association des burkinabés de Lyon. Sous l'impulsion de ces acteurs, le FEDDA (Forum Economique et de Développement Durable de l'Afrique) a vu le jour en 2012 à Lyon et sera reproduit cette année.

Il est intéressant de confronter ces résultats avec l'enquête menée auprès des entrepreneurs issus de l'immigration.

Les témoignages confirment, et sans ambiguïté leur éloignement et leur méconnaissance des dispositifs d'appui à la création et au suivi. Les seuls réseaux évoqués sont les réseaux professionnels et personnels. Lorsque des institutions ou des associations ont accompagné les projets, la rencontre est le plus souvent le fruit d'un hasard, liée à une proximité, une opportunité saisie. Les démarches planifiées sont très rares et ceux qui les entreprennent sont souvent déçus.

Pourtant, les entrepreneurs manifestent une vraie nécessité d'être accompagnés, même ponctuellement et à des moments divers du processus entrepreneurial. Et ceux qui ont bénéficié d'une aide en sont plutôt satisfaits. Par ailleurs, ils

¹⁶⁰ On en dénombre une douzaine en Rhône-Alpes dont la très dynamique CCI franco béninoise

témoignent en grande majorité d'une vraie difficulté à mobiliser les fonds nécessaires à leur projet et déplorent une grande solitude face à au système financier. De ce point de vue, les attentes sont grandes et c'est souvent dans le cadre de cette recherche de fonds que les entrepreneurs d'origine africaine rencontrent les dispositifs d'appui.

S'agissant du rôle joué par les communautés de migrants, les entrepreneurs interrogés affirment dans leur grande majorité avoir initié et développé leurs projets sans le soutien des associations de migrants dont ils ne font d'ailleurs pas partie. Ils se définissent en premier lieu comme des entrepreneurs et valorisent l'esprit d'entreprise. Les réseaux d'appui évoqués sont professionnels d'une part : collectifs d'artistes, réseaux d'entrepreneurs ; et personnels d'autre part : la famille et les amis jouent un rôle prépondérant, notamment en Afrique.

Pourtant l'origine joue un rôle essentiel. Tout d'abord du fait de la transnationalité de l'activité qui nous intéresse ici. Et nous l'avons souligné, la part d'Afrique, ou plus précisément, le double ancrage territorial est l'atout majeur de ces entrepreneurs. Ensuite, et même si les associations de migrants ne sont pas évoquées, les réseaux cités sont très fortement imprégnés par l'origine des entrepreneurs : danseurs africains, peintres amoureux de l'Afrique, communautés religieuses, associations humanitaires, associations franco-africaines. Enfin, les compatriotes sont souvent évoqués dans le cadre des relations informelles : "bouche à oreilles", circulation de marchandises.

Comment expliquer ce décalage entre cette prégnance de l'origine, ce besoin d'appui et l'absence des associations de migrants?

L'étude menée par le COSIM fournit des éléments de réponse en évoquant le manque de compétences et la faible représentativité dans les réseaux d'appui à l'entrepreneuriat. Les échanges avec les entrepreneurs permettent également d'identifier un certain décalage culturel avec ces associations et les pratiques des migrants entrepreneurs. Certains évoquent ainsi le manque de confiance manifesté par les africains à l'égard de leurs compatriotes entrepreneurs. D'autres déplorent le recours systématique aux transferts d'argent, qui "saignent" les migrants, "enrichissent Western Union" et engendrent peu de développement dans leur pays d'origine. Enfin, les relations avec l'Afrique sont encore trop souvent appréhendées en termes de solidarité et d'aide au détriment des logiques entrepreneuriales.

A l'issue de ces travaux, certaines "bonnes pratiques" ont pu être identifiées qui sont autant d'axes à travailler si l'on souhaite soutenir l'entrepreneuriat migrant transnational. Un premier volet concerne la création et l'animation d'un environnement institutionnel propice à l'entrepreneuriat migrant transnational. Un second volet porte sur le renforcement de compétences.

Créer et animer un cadre institutionnel favorable :

Comme le souligne l'étude du COSIM, les politiques de coopération bilatérale jouent un rôle moteur. Qu'il s'agisse de politiques nationales, comme dans le cas des accords franco-sénégalais ou franco-marocains, ou de coopération décentralisée, cela permet de soutenir l'entrepreneuriat migrant sur les deux territoires. Ces

accords valorisent les entrepreneurs, impliquent les associations de migrants et développent des instruments de financement créant ainsi un cadre propice aux projets entrepreneuriaux.

Ceci nous amène à considérer les mesures adoptées en Europe en matière de migration circulaire¹⁶¹. Des mesures qui visent à faciliter les courts séjours et les allers-retours pour les ressortissants de pays tiers souhaitant travailler de façon saisonnière, pour les étudiants et pour les personnes désirants créer des entreprises dans leur pays d'origine¹⁶².

Renforcer la connaissance et les compétences des acteurs :

Pour que s'opère la rencontre entre les différents protagonistes, il semble opportun d'agir sur deux axes :

- Améliorer la connaissance de l'Afrique au sein des structures d'appui à l'entrepreneuriat.
- Améliorer les compétences entrepreneuriales au sein des communautés ainsi que leur connaissance du cadre institutionnel.

Cela implique une meilleure insertion des associations de migrants dans les dispositifs d'appui, des partenariats entre les associations et les organismes d'appui et une politique d'information ciblée pour les migrants.

¹⁶¹ Pour reprendre la définition qu'en donne la Commission, il s'agit d' "une forme de migration gérée de façon à permettre un certain degré de mobilité licite, dans les deux sens, entre deux pays." L'objectif est de concilier les impératifs socio-économiques des pays européens tout en tenant compte des besoins des pays d'origine. Il s'agit de favoriser les allers-retours entre l'Europe et les pays tiers.

¹⁶² Mesures visant à faciliter la mobilité des migrants (visas à entrées multiples, statut de résidents, double nationalité), partenariats institutionnels, programmes d'appui au renforcement de compétences à partir des diasporas, etc.