

IMMIGRATI E MERCATO: OLTRE IL CONO D'OMBRA

(L'integrazione degli immigrati in Italia)

Mario Abis
Coordinatore Comitato Ricerca

ASSIRM

I° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

LE AREE TEMATICHE DELLA RICERCA

I MODELLI CULTURALI ORIGINARI E I PROCESSI D'INTEGRAZIONE

LA CULTURA MATERIALE E GLI STILI DI CONSUMO

LE ABITUDINI E LE PREFERENZE IN TEMA DI MEDIA

L'ARCHITETTURA DELLA RICERCA

UN'ANALISI DESK condotta sul web e su documenti cartacei, su fonti istituzionali e private;

UNA FASE QUALITATIVA attraverso 60 interviste in profondità ad appartenenti alle 3 nazionalità straniere più numerose nel nostro Paese;

UNA FASE ESTENSIVA basata su un campione di 819 persone, “rappresentativo” della popolazione statistica degli immigrati, consultate attraverso interviste dirette.

L'IMMIGRAZIONE NEI DATI "OGGETTIVI"



IL NUMERO DEGLI IMMIGRATI È RADDOPPIATO IN ITALIA NEL CORSO DEGLI ANNI '90, GIUNGENDO A SFIORARE IL MILIONE E MEZZO DI PRESENZE REGOLARI.

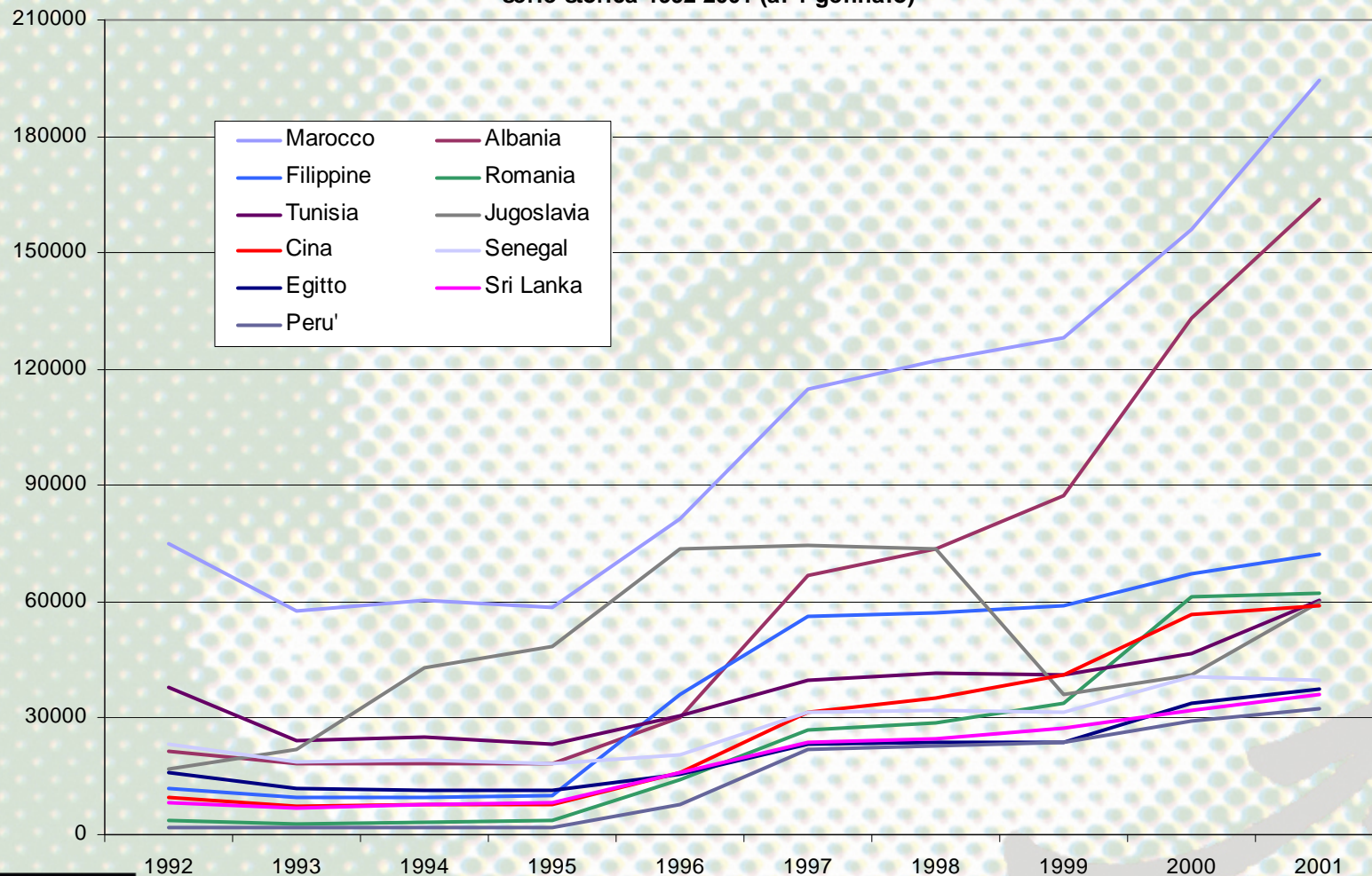
SECONDO UNA STIMA DELLA CARITAS, ALL'INIZIO DEL 2003 GLI STRANIERI PRESENTI IN ITALIA ASSOMMANO COMPLESSIVAMENTE A 2 MILIONI E 400 MILA.

LA POPOLAZIONE IMMIGRATA RAPPRESENTA OGGI CIRCA IL 3% DELL'INTERA POPOLAZIONE (IL 4% COMPRENDENDO GLI IRREGOLARI).

I DATI "OGGETTIVI" SULL'IMMIGRAZIONE

Dal 1999 con Jugoslavia si intendono solo Serbia e Montenegro

Prime 11 nazionalità a forte pressione migratoria
serie storica 1992-2001 (al 1 gennaio)



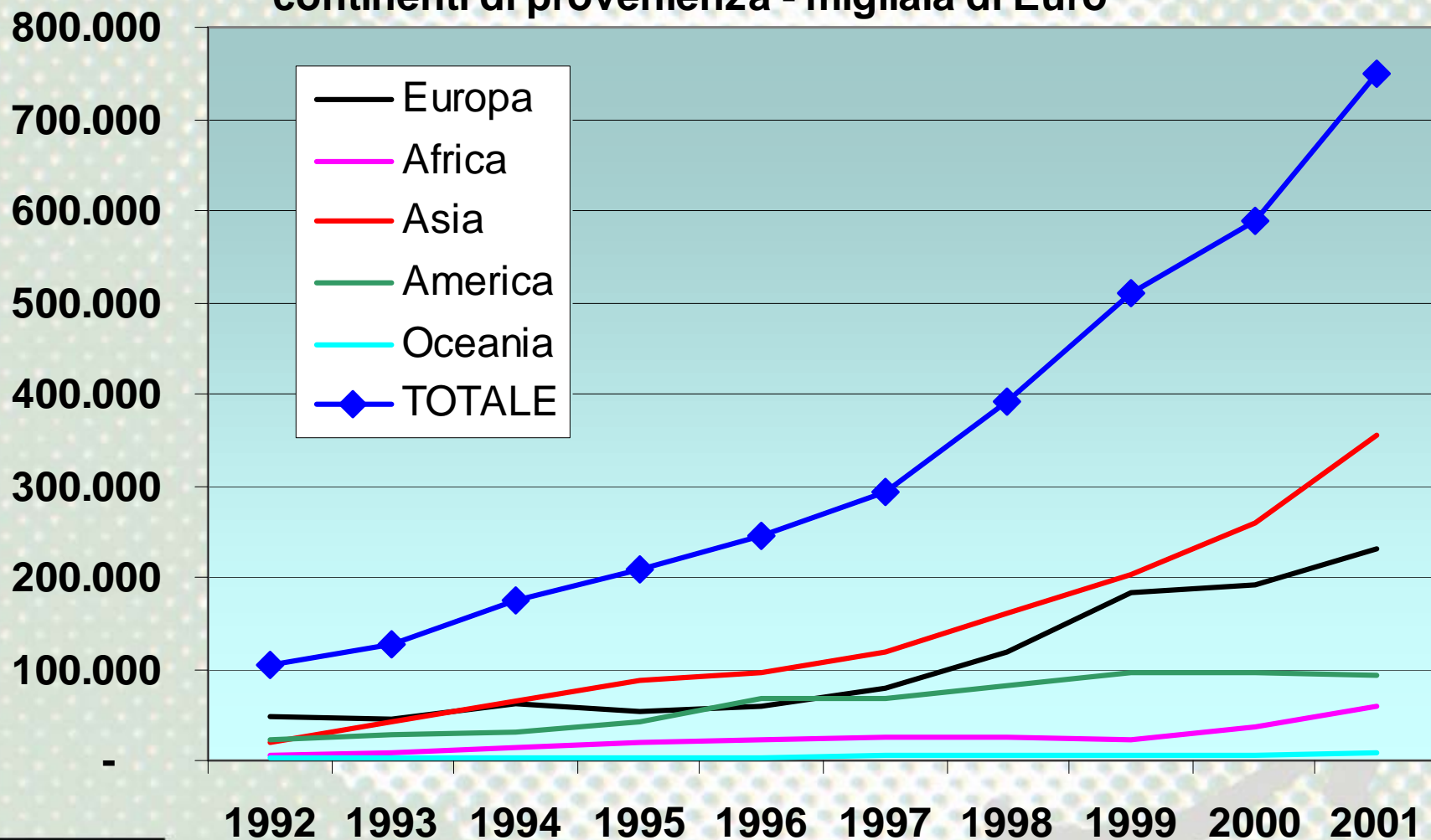
ASSIRM

I° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

Nostra elaborazione su dati ISTAT

I DATI "OGGETTIVI" SULL'IMMIGRAZIONE

Rimesse - serie storica (1992 -2002) - andamento totale e per continenti di provenienza - migliaia di Euro



ASSIRM

I° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

L'integrazione

ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

ASSI DI INQUADRAMENTO DEL FENOMENO INTEGRAZIONE

Difesa
(dell'identità)



Confluenza
(nella nuova realtà)

Adulti



Figli

Uomini



Donne

Declassamento



Promozione

Il futuro lì



Il futuro qui

UNA PREMESSA: IL TERRENO DELL'INTEGRAZIONE



MAROCCHINI

• PERCHÉ L'ITALIA?

ALBANESI

PERMEABILITÀ
(negli anni '90 ma anche oggi)
FAMIGLIA
(come valore etico e religioso,
ma anche come forma imprenditoriale)

**REMUNERAZIONE
DEL LAVORO**

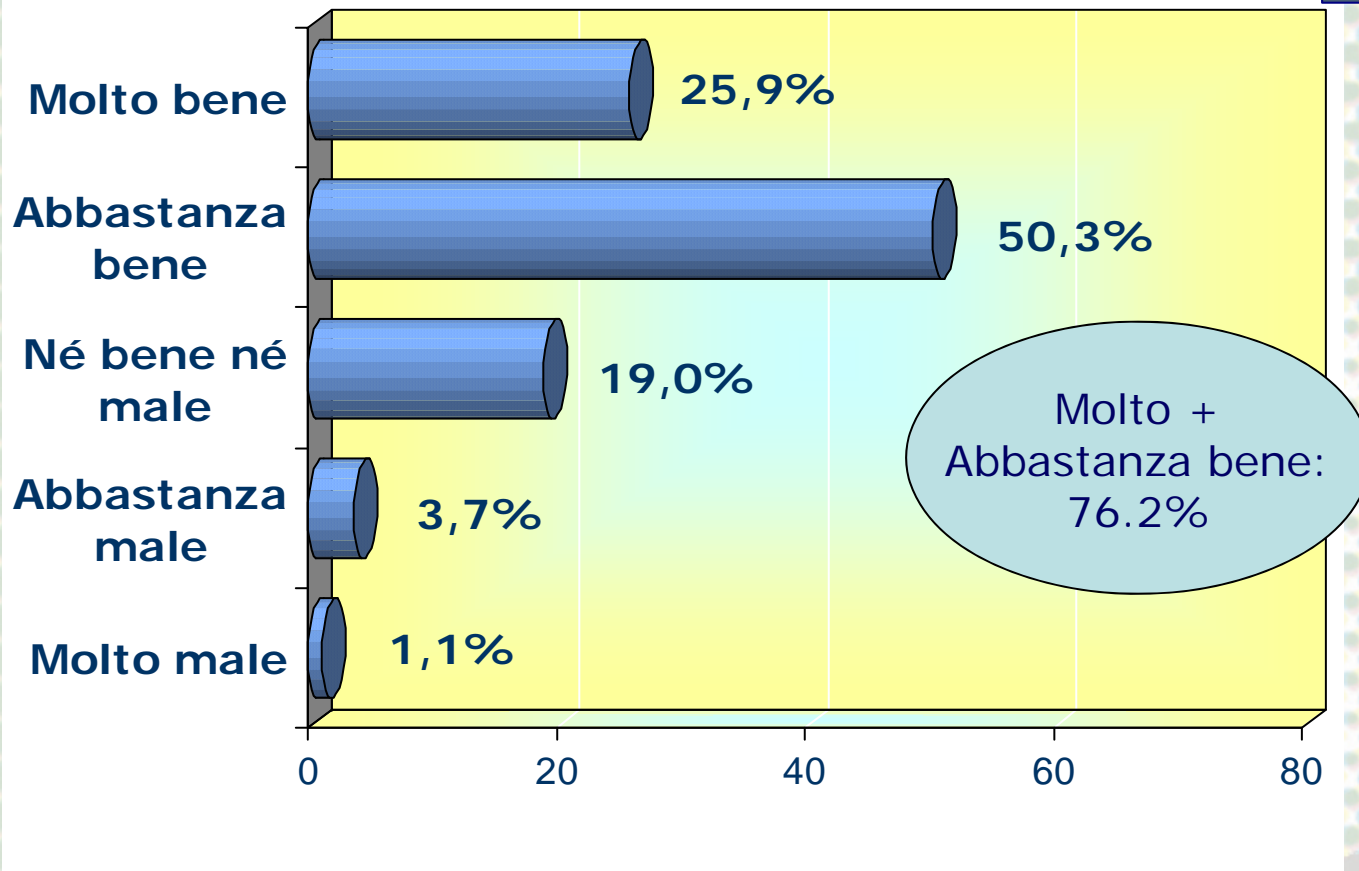
**STEREOTIPO INTERNAZIONALE:
ITALIA COME LUOGO DEL DESIDERIO**
(alimentazione,
Paese del bello, calore umano)

FILIPPINI

ASSIRM

NEL COMPLESSO, COME SI TROVA IN ITALIA?

**DONNE
MOLTO BENE:
34,7%**



L'INTEGRAZIONE: TRA ORGOGLIO E CONFLUENZA



- LA SENSAZIONE È CHE A FRONTE DI UN PROFESSATO INTENTO CONSERVATIVO (ATTACCAMENTO/FEDELTÀ ALLA PROPRIA CULTURA DI ORIGINE) SI COMPIA IN TUTTE LE ETNIE
 - E NON SEMPRE SOTTO IL CONTROLLO RAZIONALE E CONSAPEVOLE DELL'INDIVIDUO –
 - UN PROCESSO DI RISTRUTTURAZIONE MENTALE-CULTURALE ASSAI PIÙ PROFONDO E RILEVANTE DI QUANTO GLI STESSI INTERVISTATI SIANO IN GRADO O DISPOSTI AD AMMETTERE



**L'INTEGRAZIONE C'È MA NON SI VEDE
(=RICONOSCE)**

IN QUANTO SPESSO PIÙ SUBÌTA CHE AGITA-CONTROLLATA

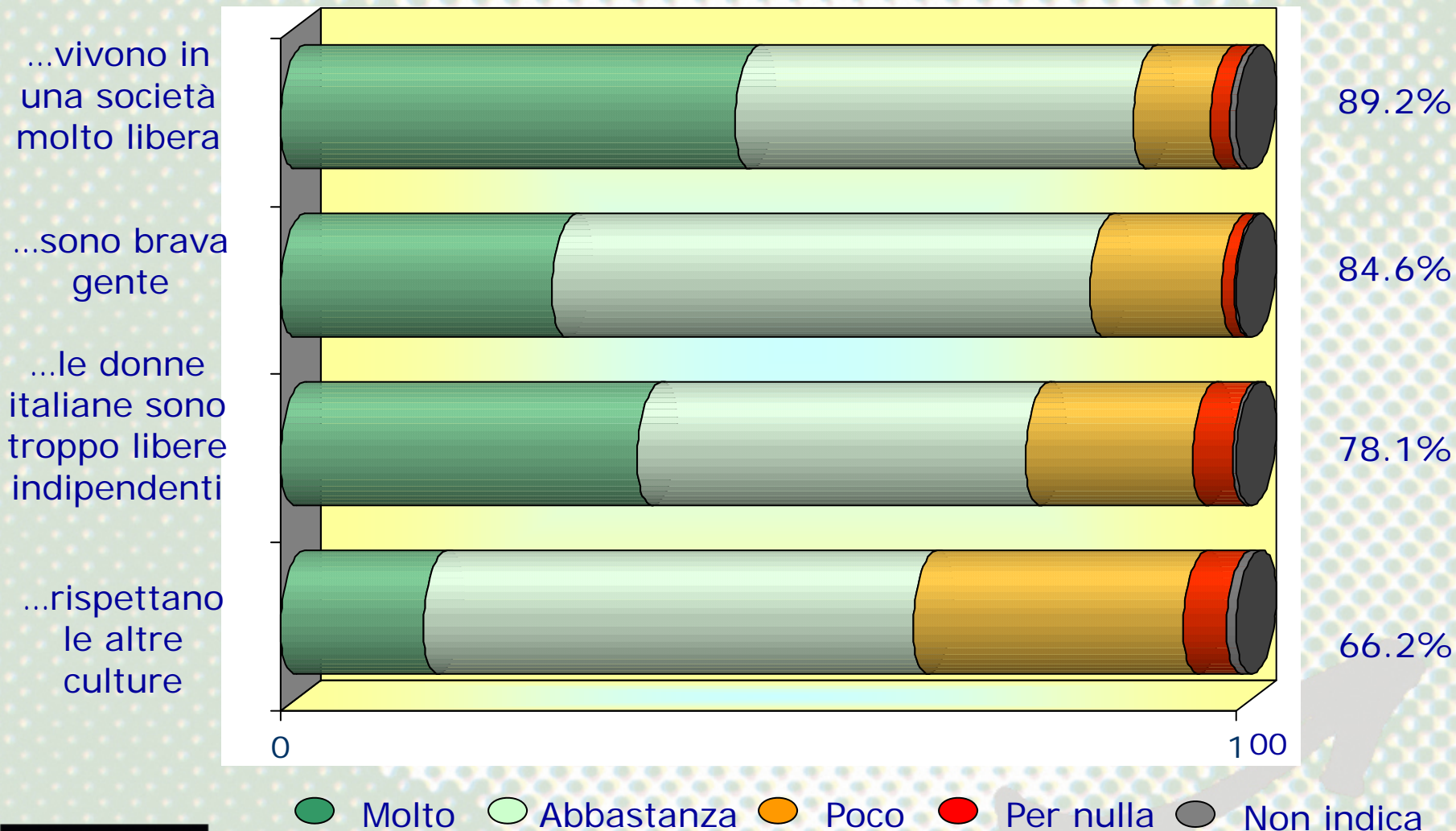
L'immagine degli italiani e degli immigrati

ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

Gli italiani ... (1)

Molto +
Abbastanza



ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

Base: 819 intervistati

Gli italiani ... (2)

Molto +
Abbastanza

...accettano gli
immigrati per
far fare i lavori
che loro non
vogliono fare

64.0%

...hanno
paura degli
immigrati

54.8%

...sono
egoisti

47.4%

... non hanno
valori morali

36.0%

...sono
razzisti

32.6%

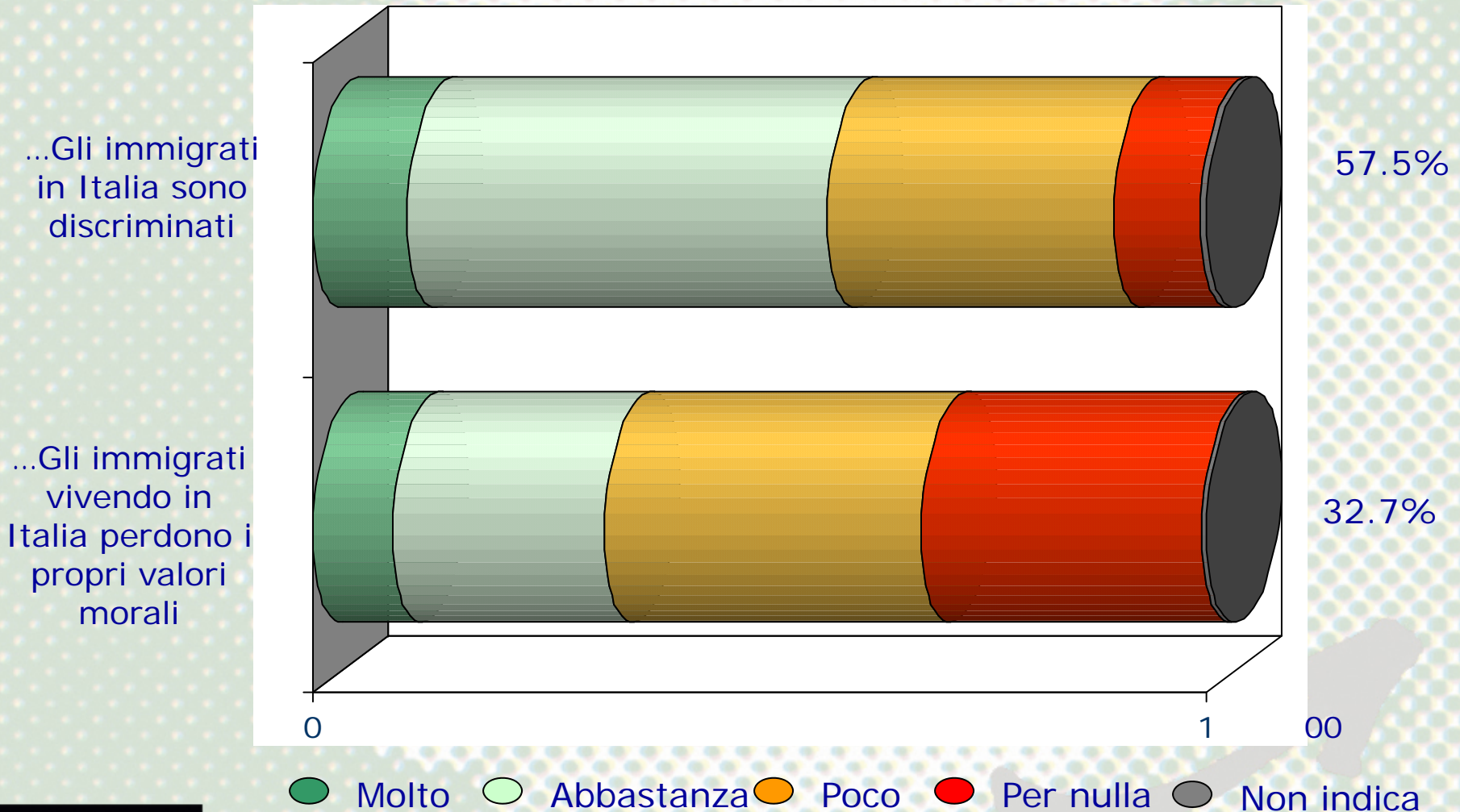
0 100

Molto Abbastanza Poco Per nulla Non indica

ASSIRM

Gli immigrati...

Molto +
Abbastanza

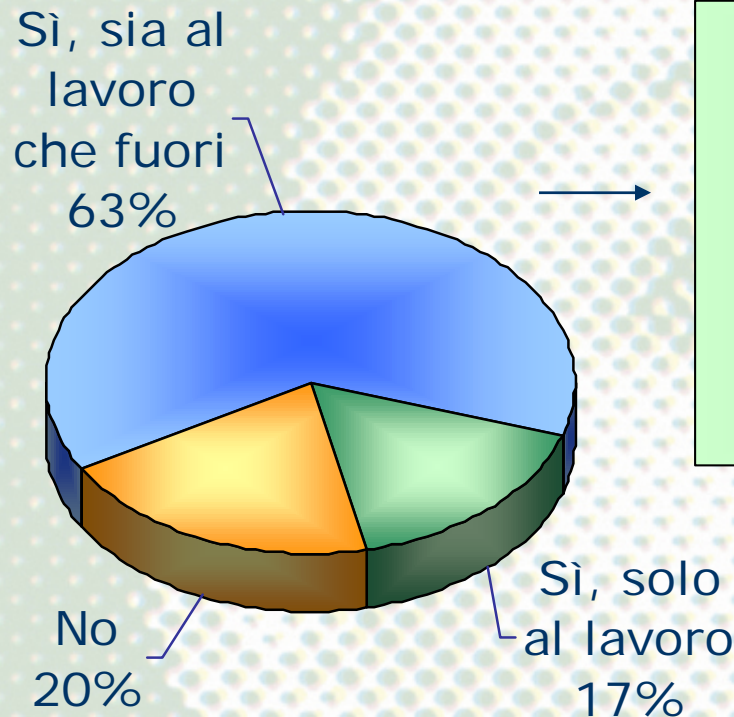


ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

Base: 819 intervistati

LEI HA AMICI FRA ITALIANI?



Analisi per area di provenienza % di "Sì, sia al lavoro che fuori"

* America centrale-sud	77.8%
* Europa centrale-orientale	63.5%
* Africa del nord	59.8%
* Asia	59.0%

La seconda generazione

L'INTEGRAZIONE: FIGLI ALL'ITALIANA



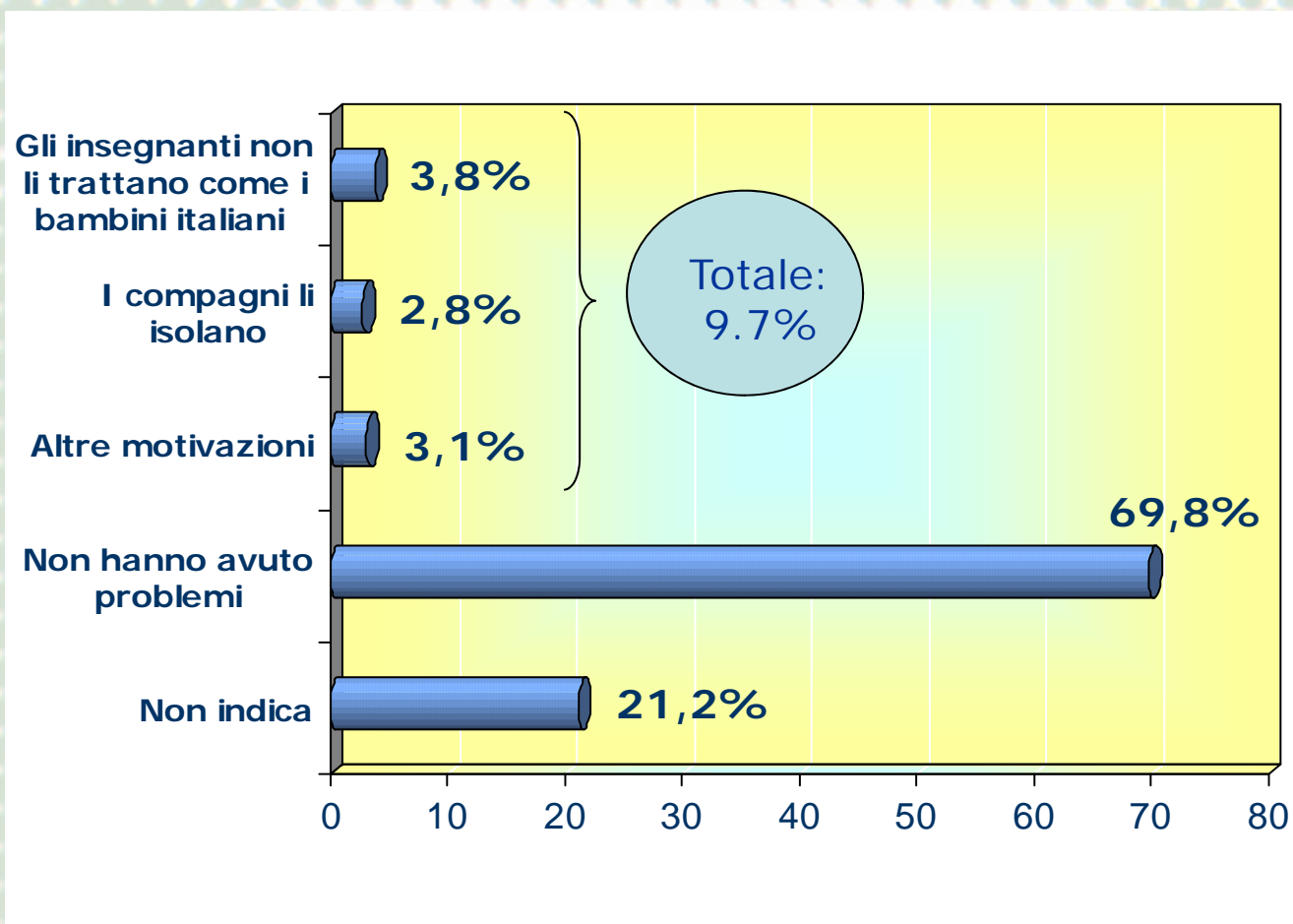
• SE L'ASSIMILAZIONE DI MODELLI, CODICI, SEGNALI DELLA CULTURA ITALIANA APPARE SEMPRE *NELL'ADULTO* UN PO' CONFLITTUATA E SOFFERTA

• ***COME SE L'INTEGRAZIONE IMPLICASSE SEMPRE E COMUNQUE "UN PESANTE COSTO EMOTIVO" IN TERMINI DI COLPA NELL'ADULTO***

• SUI FIGLI NATI/ALLEVATI QUI *INVECE* TALE ASSIMILAZIONE ASSUME IL SENSO BUONO DI UN PROCESSO "NATURALE (che attiene alla natura delle cose/della vita)

L'INTEGRAZIONE COME PROCESSO LEGITTIMO E AUSPICABILE NEI FIGLI IN QUANTO PREMESSA DEL MIGLIORE FUTURO POSSIBILE PER LE NUOVE GENERAZIONI

I SUOI FIGLI HANNO AVUTO PROBLEMI DI INTEGRAZIONE NELLA SCUOLA/NELL'ASILO IN ITALIA? QUALI PROBLEMI?

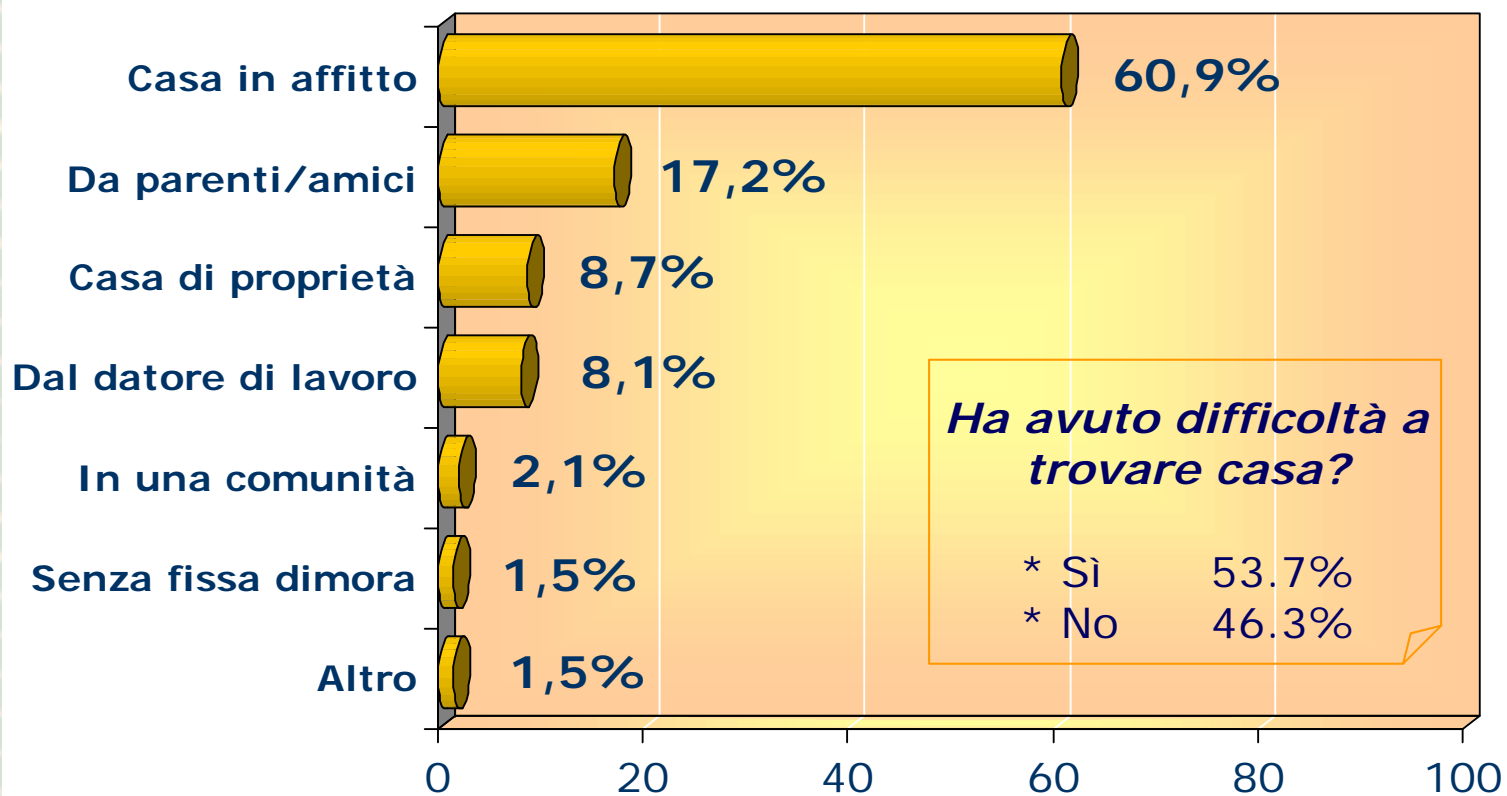


La casa

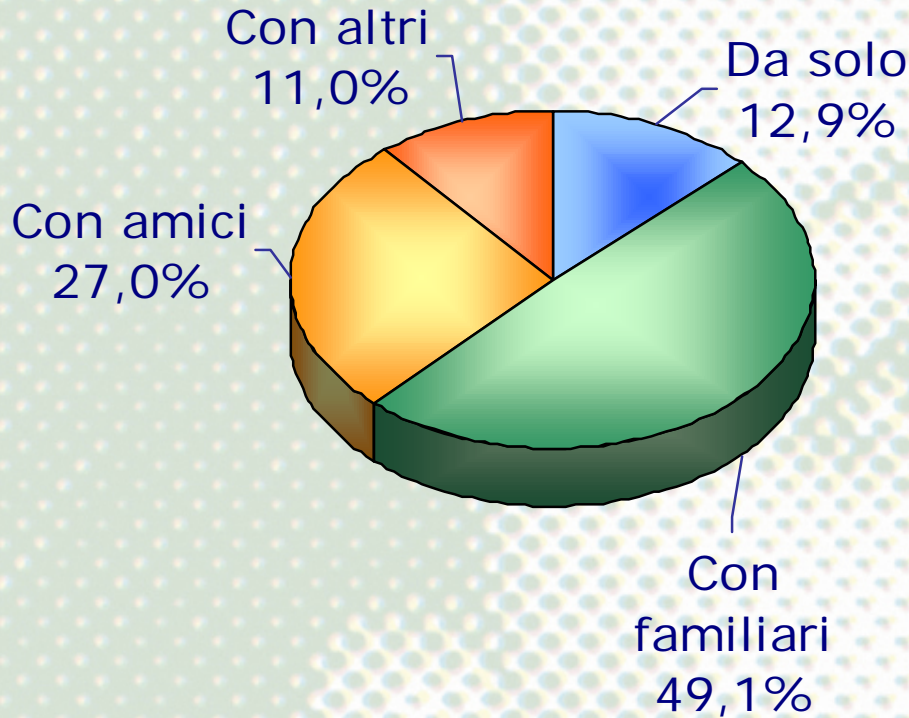
ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

DOVE ABITA?



LEI VIVE DA SOLO O CON ALTRI?



Quanto è soddisfatto della sua situazione abitativa?

* Molto	18.3%	}	68.4%
* Abbastanza	50.1%		
* Poco	22.6%	}	30.5%
* Per nulla	7.9%		
* Non indica	1.1%		

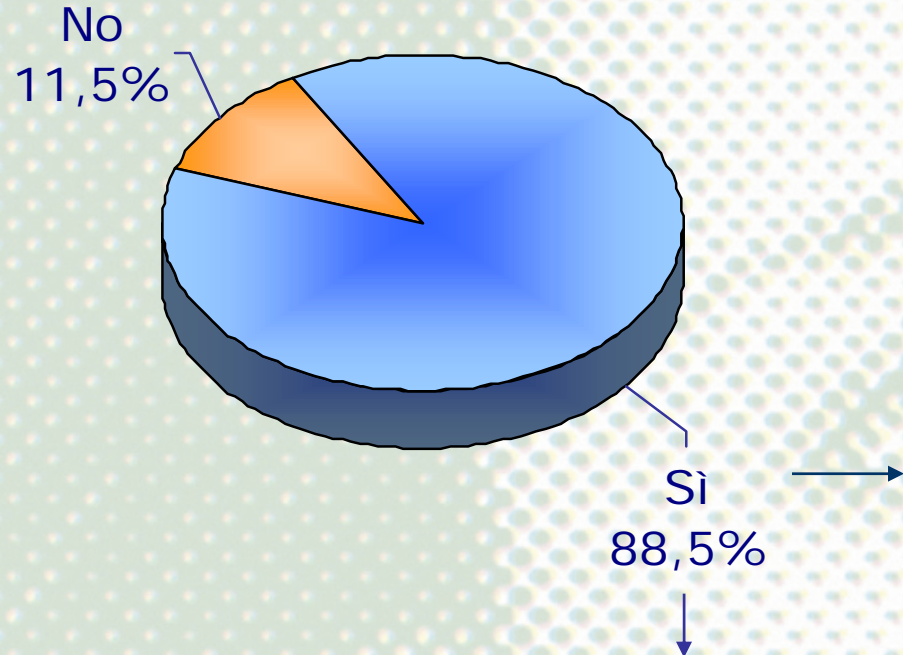
Il lavoro

ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

CONDIZIONE PROFESSIONALE

Lei attualmente sta lavorando?



Ha un contratto regolare di lavoro?

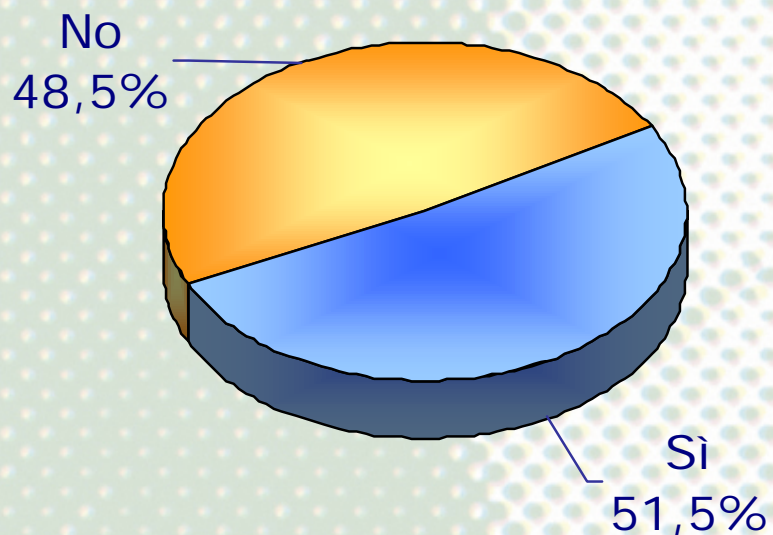
* Sì	66.6%
* No	24.4%
* Non indica	9.0%

Che lavoro fa?

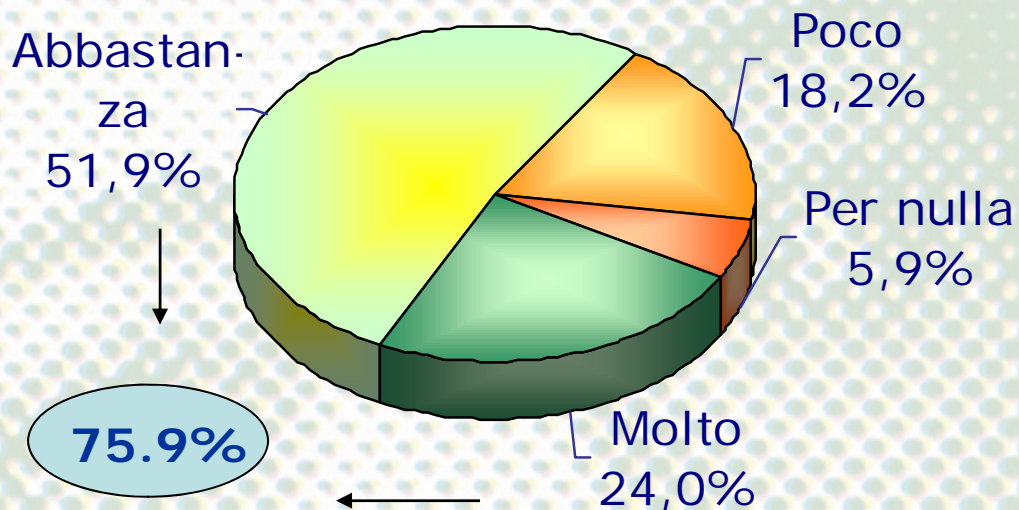
* Operaio	16.8%
* Domestico	11.4%
* Cameriere/Barista	11.1%
* Muratore	7.7%
* Venditore ambulante	7.4%
* Attività commerciale	7.2%
* Lavori occasionali	6.8%
* Infermiere/Assistente anziani/malati	4.5%
* Impiegato	3.5%
* Bracciante agricolo	1.6%
* Altro	10.5%

Base: 725 intervistati che lavorano

Ha avuto difficoltà a trovare lavoro in Italia?



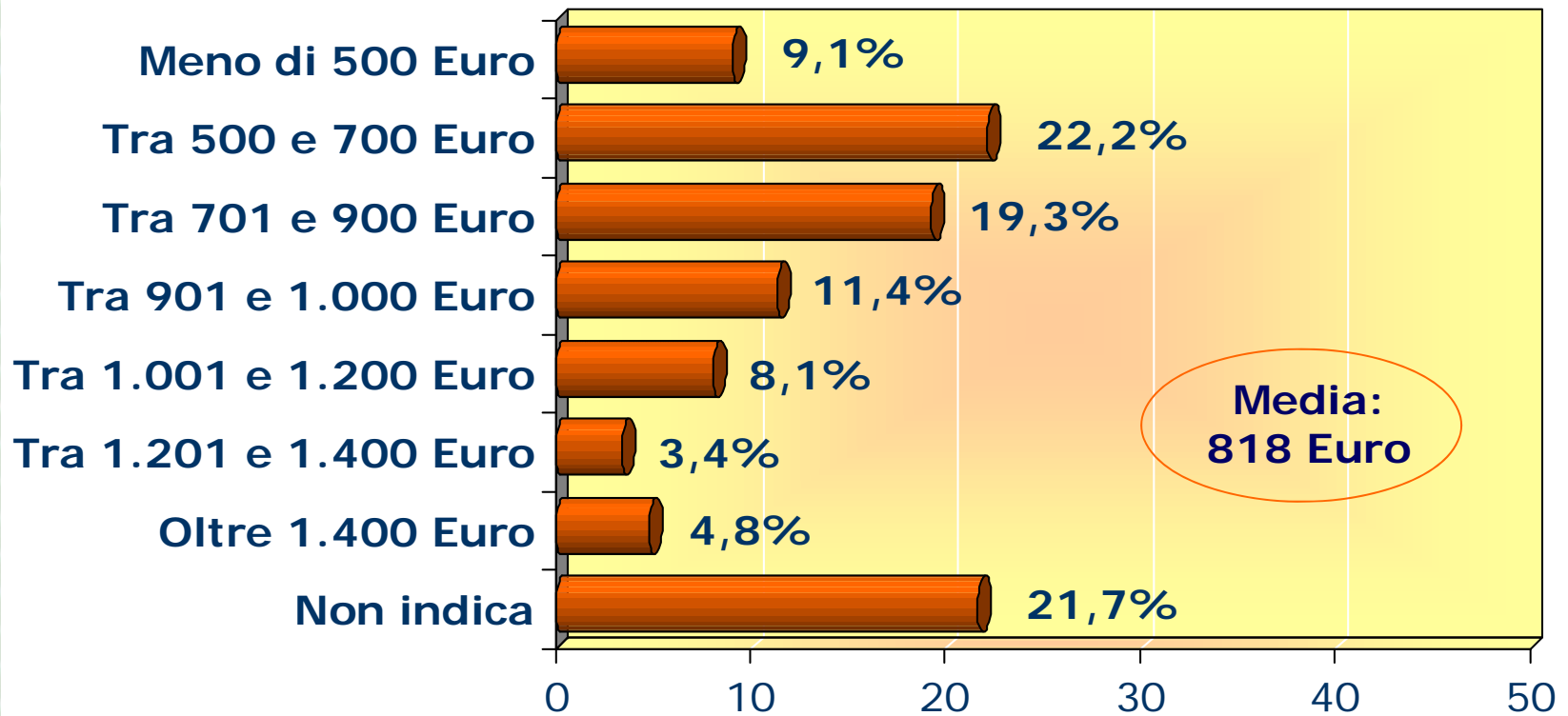
E' soddisfatto del suo lavoro?



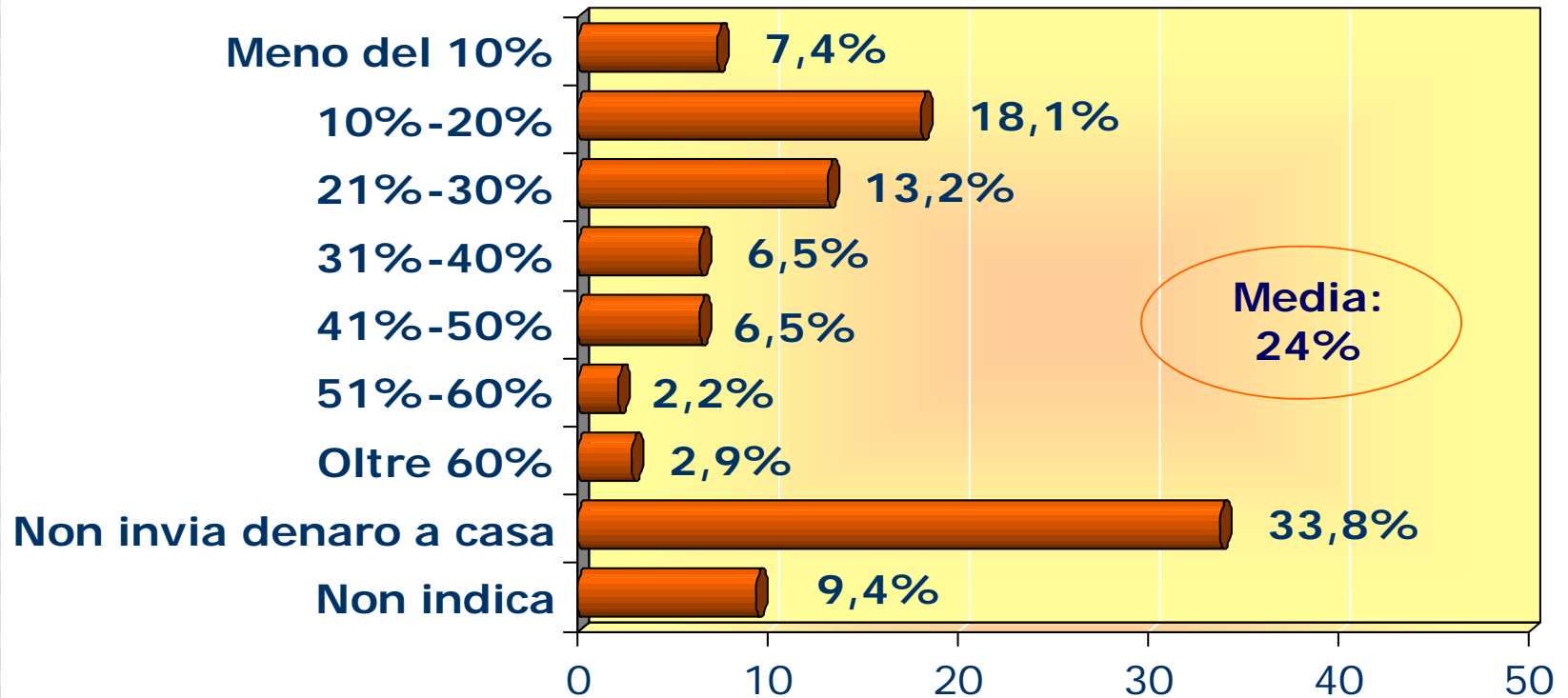
Pensa che nei prossimi 2/3 anni cambierà lavoro?

* Certamente sì	17.4%	} 47.5%
* Probabilmente sì	30.1%	
* Probabilmente no	25.0%	} 42.9%
* Certamente no	17.9%	
* Non indica	9.6%	

QUANTO GUADAGNA IN UN MESE?



QUANTA PARTE DI QUELLO CHE GUADAGNA LO INVIA NEL SUO PAESE?

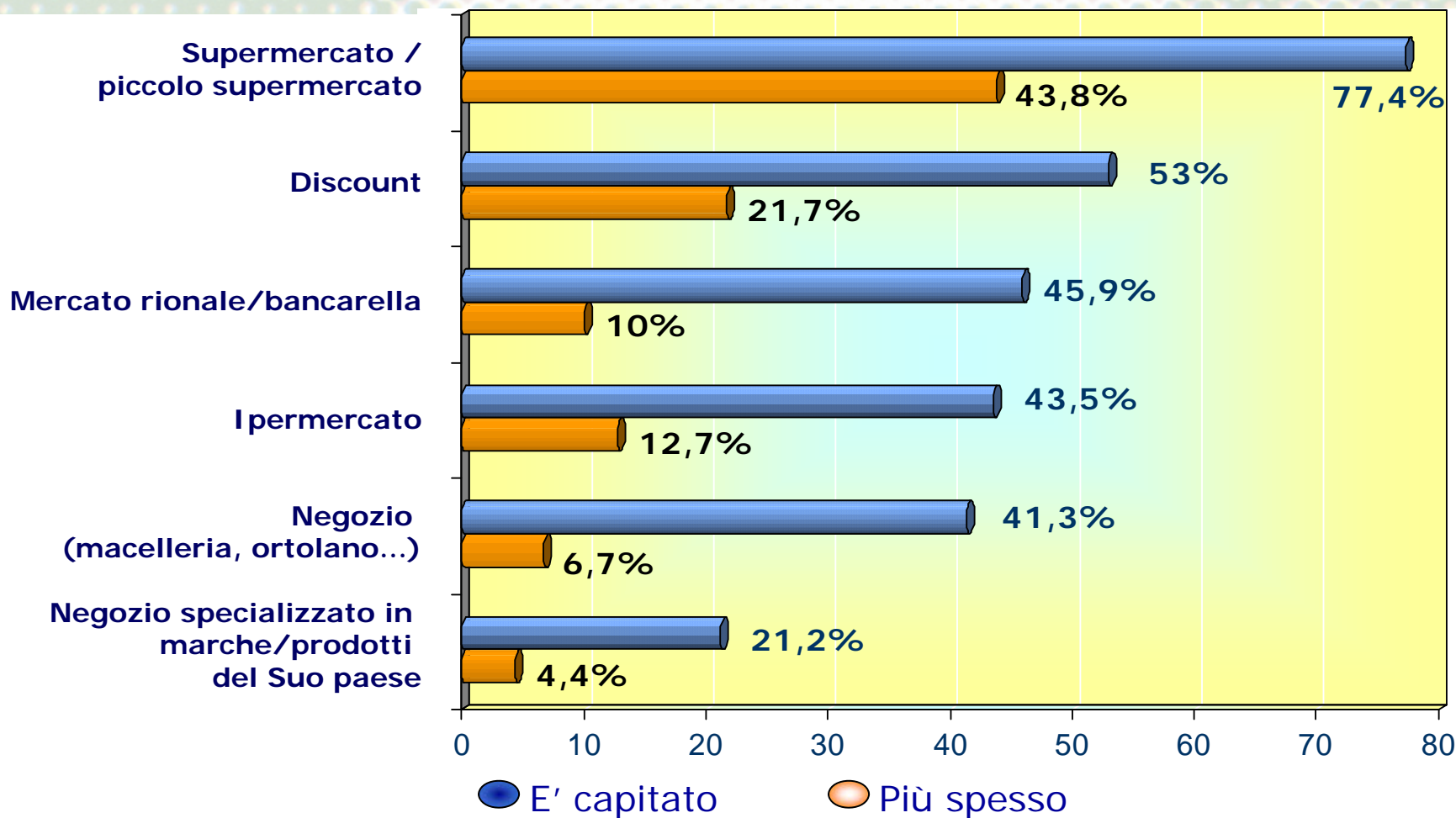


I consumi

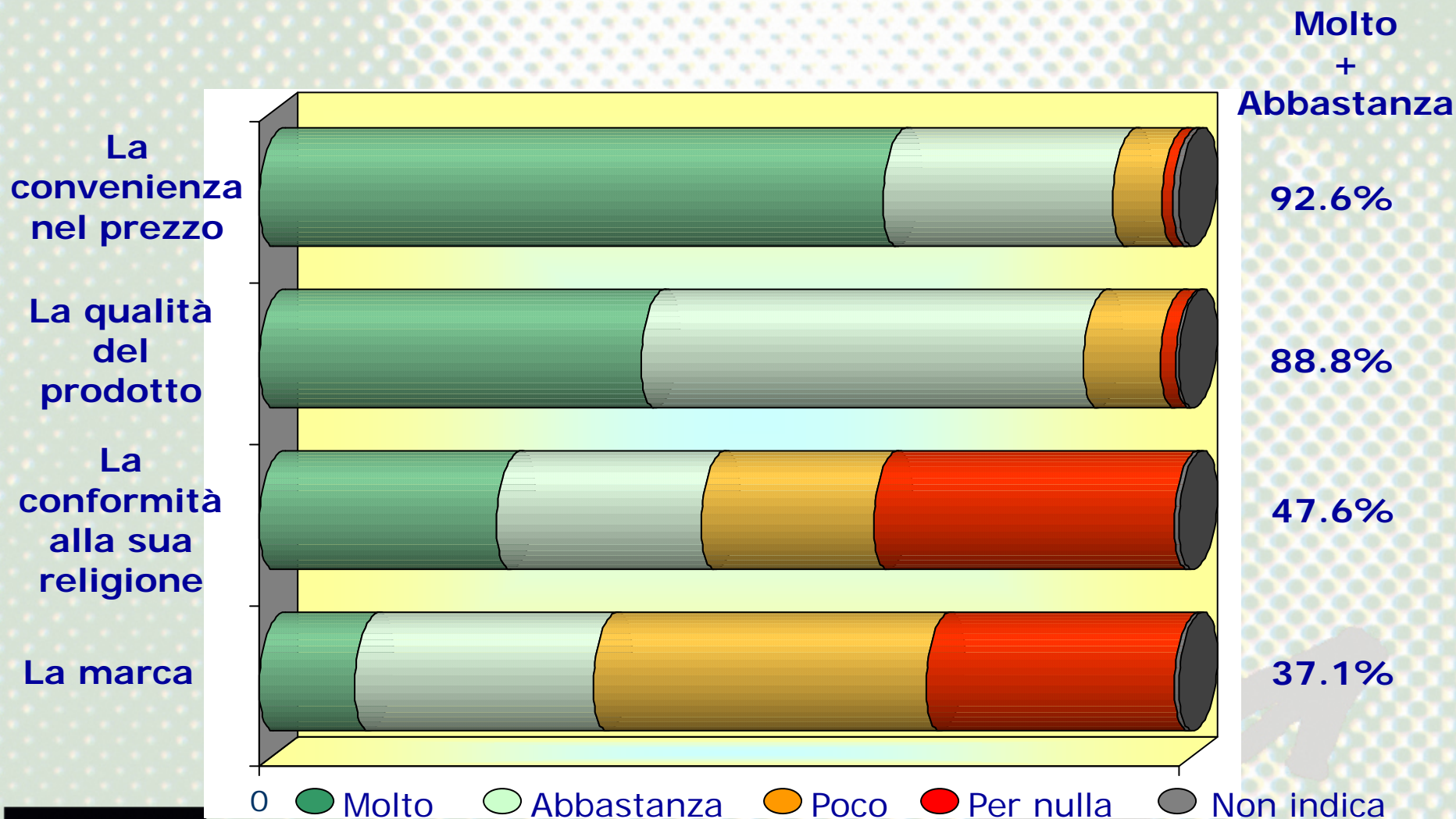
ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

NEGLI ULTIMI TRE MESI, IN QUALI DEI SEGUENTI NEGOZI LE E' CAPITATO DI FARE LA SPESA? E IN QUALE SI RECA PIU' SPESSO?



QUANDO FA LA SPESA, QUANTA ATTENZIONE DEDICA AI SEGUENTI FATTORI?



ASSIRM

L'INTEGRAZIONE COMMERCIALE: ANALISI DEL FENOMENO ATTRAVERSO I CONSUMI

•LA TRASFORMAZIONE NEGLI STILI ALIMENTARI

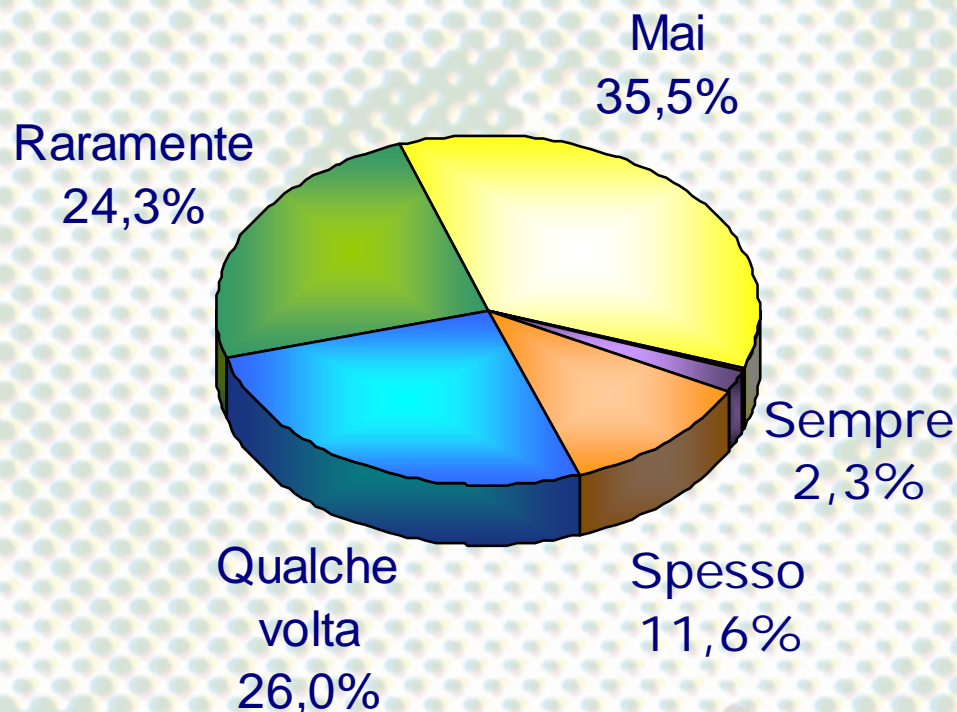
- LA SENSAZIONE È CHE PROPRIO IN CAMPO ALIMENTARE SI TOCCHINO LE PUNTE DI INTEGRAZIONE PIÙ AVANZATE NELL'IDEA DI UN'ACQUISIZIONE ASSOLUTAMENTE VANTAGGIOSA E PRIVA DI CONTROINDICAZIONI
 - IL MENU QUOTIDIANO/DEI BAMBINI INFATTI È PREVALENTEMENTE A CURA DEL MODELLO ITALIANO
 - LA PROPRIA TRADIZIONE CULINARIA RESTA CIRCOSCRITTA ALLE OCCASIONI SOCIALI
- I MODELLI DI ACQUISTO PERÒ SEMBRANO “RESISTERE” ALLA CONTAMINAZIONE:
 - PREFERENZA PER IL FRESCO (SURGELATI SOLO TRA I FILIPPINI),
 - UN RIFORNIMENTO GIORNALIERO-PLURISETTIMANALE (NO AD UNA LOGICA DI SCORTA)

L'INTEGRAZIONE COMMERCIALE: ANALISI DEL FENOMENO ATTRAVERSO I CONSUMI

•IL RAPPORTO CON LE MARCHE ITALIANE

- RISULTA AMPIAMENTE CONDIVISO E SOSTENUTO
LO STEREOTIPO
CHE ASSOCIA ALLA MARCA ITALIANA
L'IDEA DI UN PRIMATO DI QUALITÀ
SOPRATTUTTO NEL CAMPO ALIMENTARE, DELLA MODA
E DEL DESIGN
- UN RICONOSCIMENTO CHE NON SI TRADUCE PERÒ IN UNA
CONCRETA PREDILEZIONE-ADESIONE VERSO LA MARCA NAZIONALE
O IN UNA ATTENTA VERIFICA DELLA EFFETTIVA PROVENIENZA ITALIANA
DI UN PRODOTTO

PENSANDO AI PRODOTTI CHE ACQUISTA QUANDO FA LA SPESA, LE CAPITA DI SEGUIRE LA PUBBLICITA' (IN TV, SUI GIORNALI...) PER INFORMARSI SUI NUOVI PRODOTTI, SULLE NOVITA' DI MERCATO?

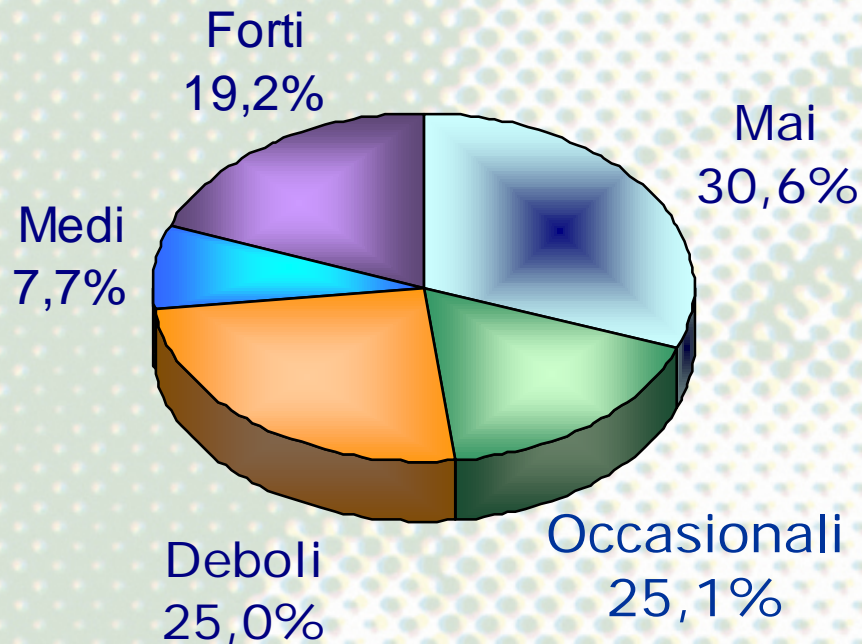


I media

ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

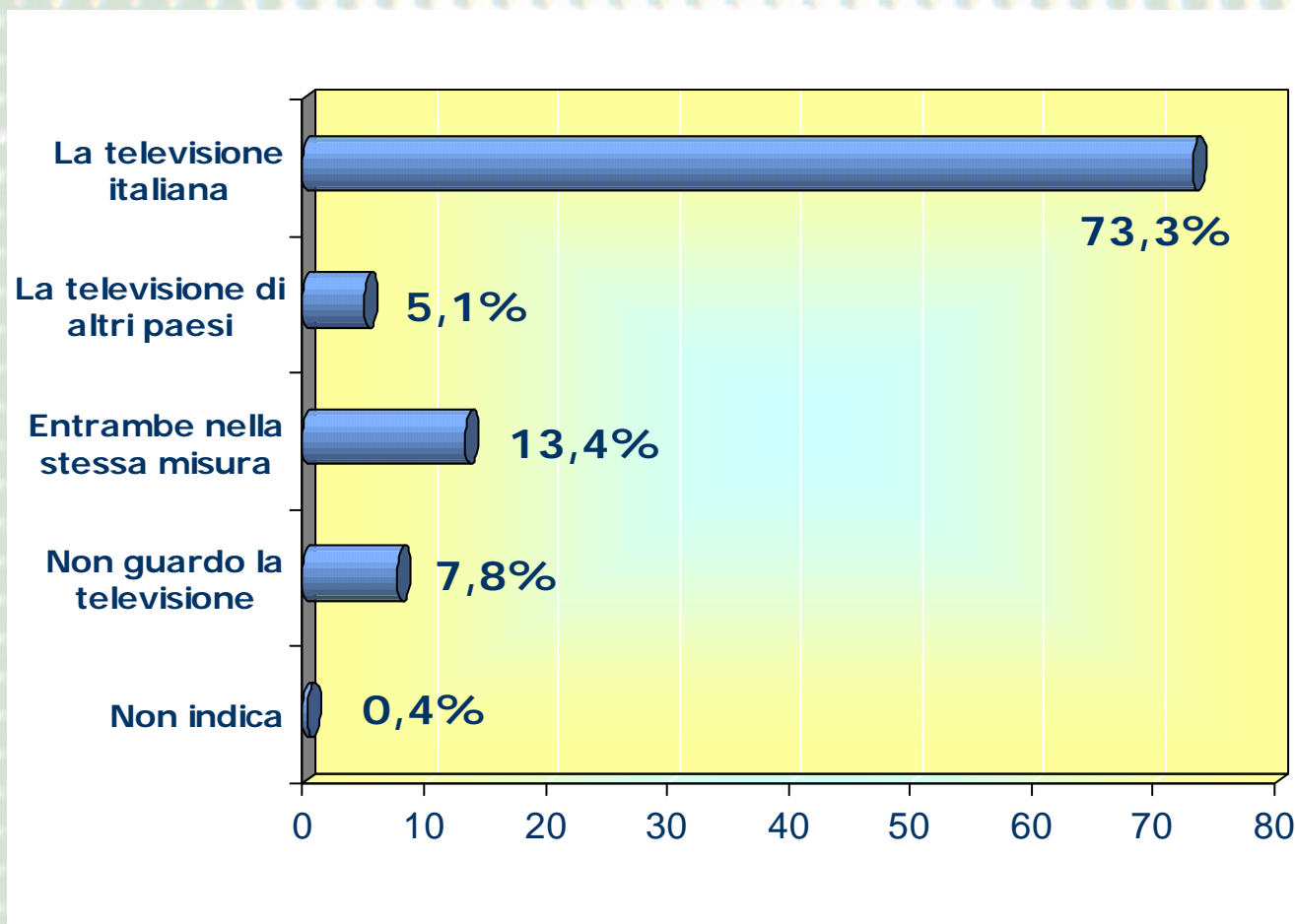
LEI LEGGE I QUOTIDIANI ITALIANI? SE SÌ, CON QUALE FREQUENZA?



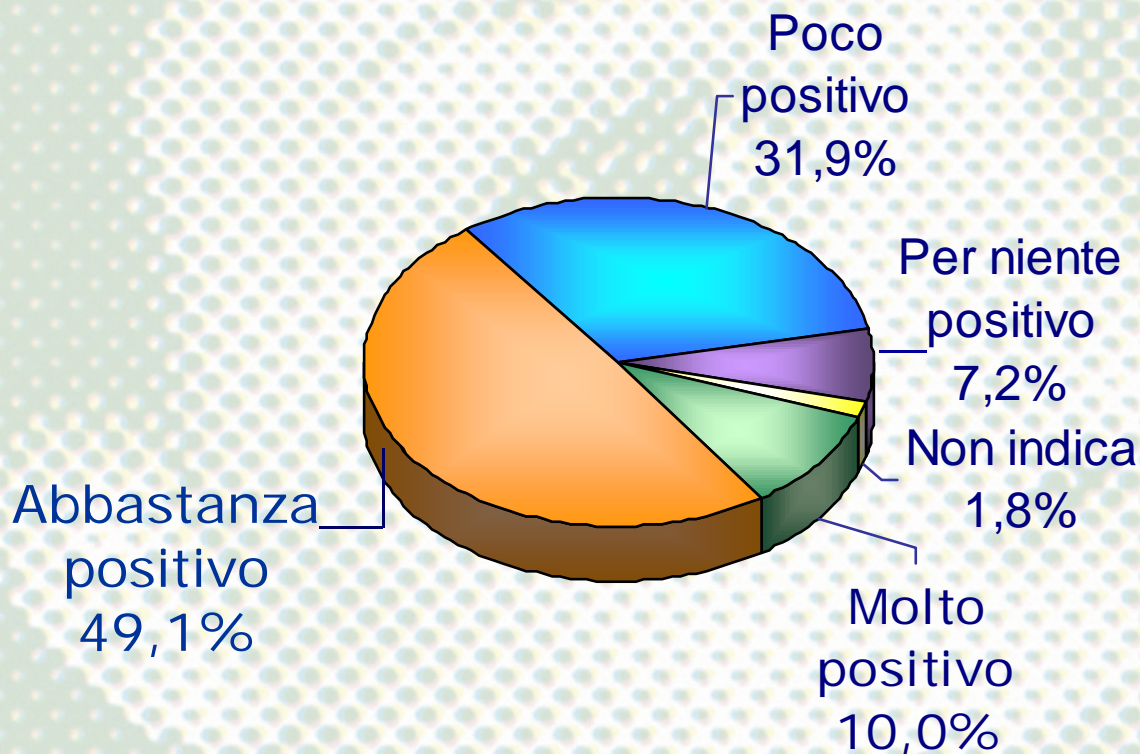
Legge giornali che si vendono in edicola o quei giornali gratuiti che distribuiscono per strada/ nelle stazioni?

Comprati in edicola	57.4%
Gratuiti/free press	38.9%
Entrambi	1.2%
Non indica	2.5%

DI SOLITO GUARDA PREVALENTEMENTE LA TELEVISIONE ITALIANA O QUELLA DI ALTRI PAESI?



CHE GIUDIZIO DA' DEL MODO CON CUI I MEZZI DI COMUNICAZIONE ITALIANI (TV, STAMPA, RADIO, ECC.) PARLANO DEGLI IMMIGRATI?

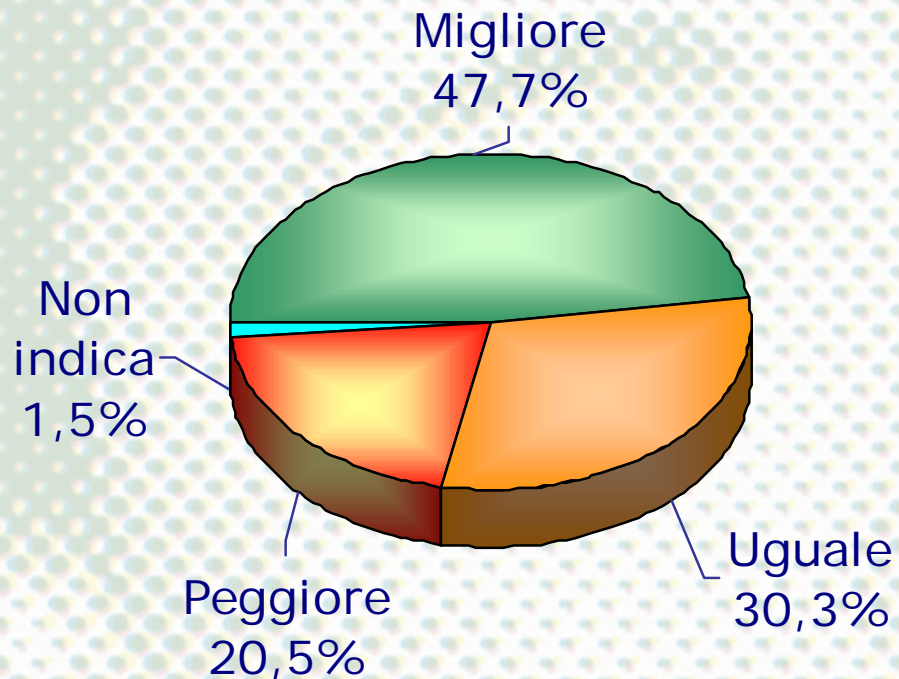


Un bilancio provvisorio

ASSIRM

1° Convegno • Milano, 20 novembre 2003

LA SUA SITUAZIONE IN ITALIA COME E' RISPETTO ALLE SUE ASPETTATIVE?



IN DEFINITIVA, QUALI SONO I TRE ASPETTI MAGGIORMENTE POSITIVI E I TRE MAGGIORMENTE NEGATIVI DELLA SUA VITA IN ITALIA?

(DIFF. % POSITIVI/NEGATIVI)

