

# “IL CIBO DEGLI ALTRI”. PERCORSI EVOLUTIVI DELL’IMPRENDITORIA STRANIERA IN ITALIA

“IL CIBO DEGLI ALTRI”. PERCORSI EVOLUTIVI DELL’IMPRENDITORIA STRANIERA IN ITALIA

L’articolo analizza il complesso tema dell’imprenditoria etnica, attraverso una ricostruzione teorica e quantitativa. In particolare, grazie a Expo 2015, evidenzia la partecipazione dell’ethnic business nel settore alimentare. Comparto in rapida evoluzione sia per l’importanza che attualmente riveste nel sistema economico italiano sia per il ruolo che il cibo ha, quale “luogo” di scambio e di negoziazione di identità.

“FOOD OF THE OTHERS” THE DEVELOP OF ETHIC BUSINESS IN ITALY

The article studies the complex and interesting subject of the ethnic business, through a theoretical and quantitative analysis. In particular, thanks to Expo 2015, the work highlights the participation of the ethnic business in the Food Sector. This sector is in evolution, because the importance of ethnic food is growing in Italian economic system and it is important for immigrants’ integration process.

## 1. Introduzione al tema dell’imprenditoria etnica

Il fenomeno migratorio crea sul territorio nuove e particolari relazioni attinenti, non solo alla sfera economica, ma anche a quella religiosa, sociale, emozionale e culturale (Krasna, 2009) e, aiuta a generare nuove forme territoriali. Riprendendo l’idea di Storey (2001) che il territorio è una porzione di spazio rivendicato o occupato da una società, da persone o da un gruppo etnico, ne deriva che l’inserimento di nuovi soggetti umani porta inevitabilmente nuove configurazioni relazionali e l’esistenza di un “dentro” e di un “fuori”. Un soggetto nel momento in cui lascia il proprio paese di residenza ed accede ad un altro, “abbandona il fuori per entrare nel dentro” e, inevitabilmente, è portatore di importanti conseguenze relazionali per entrambi i territori (Cristaldi, 2012). Le diverse relazioni che si vengono a creare rappresentano una componente essenziale per la vita del migrante, poiché gli permettono di innescare i processi di stabilizzazione e insediamento. L’immigrazione è un fenomeno di ampia portata che non si limita a studiare i flussi di persone che si muovono all’interno di una nazione o tra Paesi diversi, ma analizza i cambiamenti del contesto territoriale che questi movimenti generano nei Paesi di partenza e in quelli di arrivo (Cicirello, 2013).

Negli ultimi anni, secondo Brusa (2005) la ricerca geografica continua a studiare e ad ap-

profondire i temi dell’immigrazione straniera con contributi centrati sia su determinati ambiti territoriali quali i quartieri di una grande città, i distretti produttivi, intere regioni amministrative (tra i tanti Amato, 2008; Aru, 2011; Cristaldi 2012; Montanari, 2005), sia su temi specifici (si veda Azzari, 2010; Cusimano, 2003; Russo Krauss, 2003) e problemi metodologici (Donato, Nodari, Panjek, 2004).

L’imprenditorialità immigrata in Italia è stata per molto tempo un fenomeno poco visibile e conosciuto, a causa del lento percorso legislativo che gli immigrati dovevano attuare per accedere. Fino al 1990 esistevano una serie di accordi internazionali che permettevano di avviare attività imprenditoriali solo ai cittadini provenienti dai Paesi verso i quali si dirigeva, in passato, l’emigrazione italiana (requisito della “reciprocità”), derogato nel 1990 dalla “Legge Martelli”. Quest’ultima ha concesso agli immigrati regolarizzati di esercitare un’attività autonoma. Ciò nonostante, restano dei limiti ed è solo con la Legge “Turco-Napolitano” del 1998, che gli immigrati possono svolgere attività industriali, professionali, artigianali o commerciali, di costituire società di capitali o di persone, di accedere a cariche societarie.

## 2. Una breve riflessione teorica sul lavoro autonomo immigrato

La crisi economica globale e la stagnazione dell’economia del nostro paese, hanno avuto

rilevanti conseguenze sulle dinamiche di riorganizzazione del sistema imprenditoriale italiano ed in particolare quello immigrato (Azzari, 2012). Il lavoro autonomo, secondo Samers (2010), costituisce buona parte dello sbocco occupazionale degli stranieri salariati a livello globale. In Italia, questo fenomeno è significativo sia perché è impiegato dagli immigrati per adeguarsi alla nuova situazione economica (e ottenere la regolarità di soggiorno), sia per la forte incentivazione avuta dal sistema imprenditoriale nazionale che l'ha utilizzato per sostituire quello degli italiani scomparso o troppo costoso (Afferni, Ferrario; 2012).

Negli ultimi anni, il contributo dei cittadini non comunitari nella costituzione di nuove imprese è determinante, tanto che più organi di indirizzo e di governo internazionali ne hanno identificato e sottolineato il ruolo decisivo per il rilancio dei sistemi economici in difficoltà. La stessa Unione europea, nel 2013, ha emanato il "Piano d'azione e Imprenditorialità 2020" con lo scopo di incentivare i governi degli stati membri ad adottare politiche di sostegno al potenziale imprenditore immigrato.

Su base teorica, le imprese gestite da stranieri si sono sviluppate nel tessuto economico italiano indirizzate principalmente dalle reti etniche e alla *middleman minorities* che contribuiscono a guidare i flussi migratori in alcuni contesti, rendendo più facile l'avvio delle imprese (Massey et al., 1987; Azzari; 2012) e al "capitale umano" che si è insediato nel processo di l'esternalizzazione delle attività economiche *labor intensive* (Afferni, Ferrario, 2012).

Nella sua evoluzione il fenomeno è stato al centro di numerosi studi volti ad illustrare, come e per quale ragione i migranti, si trovano a svolgere certi modelli di attività economiche (Samers, 2012) e da come queste dipendano fortemente dai rapporti che l'immigrato instaura sul territorio di approdo e da quelli che mantiene con la famiglia di origine (Massey et al., 1998). In molte realtà, l'imprenditore immigrato sceglie il settore, in cui avviare la propria attività di impresa, in base all'appartenenza etnica. Le ragioni sono molteplici, ne annoveriamo alcune: il supporto fornito dalle reti etniche sociali; la cultura che lo indirizza verso specifiche professioni ed, infine, gli stereotipi che la società ha costruito sugli migranti, determinando così più facile l'esclusione in determinate attività (ad esempio i filippini sono dediti al lavoro domestico, i marocchini e i senegalesi al commercio ambulante, gli albanesi all'edilizia ecc.). Secondo alcuni studi (Portes e Bach, 1985, Portes e Minning, 1986), alti livelli di lavoro autonomo si concentrano nell'*enclave* etnica, determinando così il successo dell'*ethnic business*



Fig. 1. Chinatown di Milano, immagine di via Paolo Sarpi, arteria pedonale e cuore del quartiere. Gli insediamenti della comunità cinese nel copoluogo lombardo sono iniziati negli anni '20, l'afflusso più consistente è avvenuto agli inizi degli anni '90. Il quartiere è stato profondamente modificato dalla presenza cinese, oggi la maggior parte delle insegne è scritta con ideogrammi. (Fonte: <www.nuok.it>).

(Portes, 1985) poiché, in esse vi è la presenza di individui con la stessa esperienza passata; la possibilità di trovare i capitali necessari al decollo ed, anche, l'occasione di impiego di manodopera con salari più bassi di cui si conosce la lingua, le abitudini, la religione ecc. Il rifugio "nell'*enclave*" è legato alla loro condizione di "connessi mal dotati", utilizzando un'espressione di Levy (1997), poiché sfruttano a fondo i collegamenti con il gruppo etnico di appartenenza, ma conoscono poco la cultura e gli usi del paese di approdo (Ferrario, 2014).

L'inclinazione al lavoro autonomo dei migranti può essere considerata "un modo per sopravvivere", soprattutto, nella prima fase di inclusione socio-economica, quando permette di mitigare gli svantaggi dovuti alla scarsa capacità linguistico-culturale, alla carenza di competenze lavorative oppure alla irregolarità di soggiorno. Secondo la teoria delle *middleman minorities* (Bonacich, 1973) l'impresa *middleman* è solitamente *labor intensive* e capace di tagliare drasticamente il costo del lavoro attraverso una gestione a base familiare, dei rapporti con i dipendenti, che spesso vengono compensati con un posto per i familiari, una sistemazione, l'aiuto ad aprire un'attività indipendente, ecc. Con il termine *middleman minorities* si individuano i gruppi etnici che rivestono, il ruolo di minoranze di intermediari tra produttore e consumatore e si concentrano in determinate occupazioni, soprattutto commerciali che non li vincolano per lunghi periodi (Ambrosini, 2008). Anche in questo caso le reti di conoscenze maturate in ambito etnico permettono l'accesso ai ca-

Fig. 2. Entrata di un negozio cinese di articoli vari in Via Paolo Sarpi a Milano (Foto dell'autore).





**Fig. 3. La bottega Russa di via G. Ferraris a Vercelli. Il negozio è specializzato in prodotti alimentari e di ornamento importati direttamente dalla Russia. La vetrina è appositamente addobbata per il Natale Ortodosso e questo testimonia l'attenzione ad una clientela immigrata dalle regioni dell'Europa Orientale. (Foto: Afferni Raffaella).**

pitali necessari per lo sviluppo dell'impresa. Vengono così a crearsi comunità molto organizzate e resistenti all'assimilazione, di qui la chiusura e l'autosegregazione residenziale, il mantenimento di tratti culturali distintivi.

I cinesi dello Zhejiang immigrati a Milano, ad esempio, hanno incentrato la loro progettualità imprenditoriale sulla famiglia (cuore della rete), sui consanguinei e sugli amici. Questi tre gruppi rappresentano i nodi della rete. Il fitto intreccio di relazioni tra i nodi, permette all'immigrato di promuovere la propria integrazione nel tessuto produttivo locale (Cologna, 2004), mentre l'intensità dei legami che connettono i singoli nodi costituisce il fattore determinante di riuscita del progetto migratorio: grazie alla rete il nuovo imprenditore cinese ottiene le risorse materiali, sociali e culturali necessarie ad attivare la sua attività (*ibidem*) e vivere dignitosamente nell'*enclave*.

Se al momento della creazione, il sostegno della comunità e la dimensione familiare dell'impresa sono fondamentali per il suo avvio, nel lungo termine posso rappresentare un freno per la sua espansione. Le reti parentali e comunitarie, a un certo punto, non sono più in grado di rispondere alle esigenze economiche dell'impresa (Nanni, Pittau 2014), l'immigrato imprenditore si trova costretto a rivolgersi al sistema bancario, spesso riluttante a concedere prestiti agli stranieri.

Secondo la teoria "della segmentazione del mercato del lavoro" (Piore, 1979), le migrazioni, in particolare quelle internazionali, sono determinate da fattori di attrazione presenti nei paesi di arrivo e non da fattori di espulsione nei paesi d'origine. Secondo Sommers (2012) l'attrazione che il migrante avverte per un determinato paese viene spiegata attraverso gli "imperativi di produzione" (la richiesta di lavoro creata da particolari esigenze della produzione), le "forme di regolamentazione" (politiche nazionali e internazionali relative all'immigrazione) e i "processi di produzione sociale" (il ruolo delle famiglie, degli alloggi, delle rimesse ecc. nel mettere i migranti nelle condizioni ottimali di lavoro). Il sistema lavorati-

vo, che ne deriva, sarà formato sia da lavoratori dequalificati, socialmente poco riconosciuti e poco pagati sia da quelli altamente qualificati, di elevato prestigio sociale e ben stipendiati. La differenza tra la domanda di alcune tipologie di occupazioni e la carenza dell'offerta di manodopera nazionale genera una crescita intrinseca della forza di lavoro straniera. Un esempio simbolico è la richiesta di donne straniere nel settore delle attività domestiche. Negli ultimi anni, il sistema lavorativo italiano ha subito notevoli cambiamenti che hanno determinato da una parte l'esternalizzazione di alcune funzioni economiche, favorendo la nascita di imprese straniere *labour intensive* e dall'altra la creazione di nuove occupazioni, sempre ad alto contenuto di manodopera, per sopprimere a funzioni che non vengono più svolte dal contesto familiare. Nel primo caso si è assistito alla nascita di nuove imprese gestite da immigrati, che impiegando connazionali a salari minimi, può competere nell'attuale sistema economico<sup>1</sup>. Nel secondo caso, fattori quali la partecipazione delle donne al mercato del lavoro, l'aumento dei divorzi e, di conseguenza, l'occupazione femminile quale fonte primaria di reddito, hanno determinato un incremento della domanda di personale domestico, che è stato sostituito dagli immigrati, sia in qualità di piccoli imprenditori che di dipendenti.

**3. Il lavoro autonomo immigrato: un inquadramento quantitativo**

Il lavoro autonomo rappresenta un importante contributo alla nascita di nuove imprese e si pone in controtendenza rispetto alla cessazione di imprese autoctone. Secondo i dati divulgati da Unioncamere (2015), le imprese di cittadini non comunitari<sup>2</sup> al 31 dicembre 2014 sono 524.674, e hanno subito un aumento del 13 per cento rispetto al 2011. L'andamento dell'imprenditoria immigrata si conferma positivo, a differenza di quello che accade per quella nazionale (meno 140 mila imprese) contribuendo, in maniera determinante, al sostentamento della base impren-

1 Si tratta per lo più di imprese che operano nell'edilizia, nella manifattura, in particolare nel tessile, nel commercio e nella ristorazione.

2 Dal 2011 UNIONCAMERE rileva la consistenza dell'imprenditoria straniera in Italia come somma delle imprese individuali il cui titolare sia nato in un paese estero, delle società di persone in cui oltre il 50% dei soci sia costituito da persone nate in un paese straniero e delle società di capitali in cui oltre il 50% dei soci e degli amministratori sia nato in un paese estero (imprese di stranieri).

ditoriale del nostro Paese.

Il quadro regionale si presenta assai articolato, con la Lombardia al primo posto della classifica per numero di imprese, pari al 11,7 per cento, seguita da Toscana, con il 10,3 e dal Lazio, con il 10,7 (regione che registrato la variazione più elevata, più 11,7 per cento, rispetto al biennio 2012-2013).

Marocco, Cina, Albania e Bangladesh si confermano i paesi d'origine delle comunità imprenditoriali straniere più rappresentate in Italia (fig. 4). I lavoratori autonomi provenienti dal Marocco, le cui imprese sono il 19,1 per cento del totale delle ditte individuali guidate da extracomunitari, hanno una posizione di leadership nel commercio e nei trasporti. Quelli cinesi (circa 47 mila), attivi soprattutto in Toscana e Veneto, mantengono la loro forte vocazione manifatturiera, nel settore dell'alloggio e ristorazione e quello dei servizi alle persone. Gli albanesi (circa 30 mila imprenditori) sono orientati al settore delle costruzioni, mentre i cittadini del Bangladesh (25.605), fortemente presenti in Lazio, sono attivi in prevalenza nel settore del commercio. Infine, tra le altre nazioni in crescita nel 2014, si annoverano il Pakistan (più 1.490), la Nigeria (più 1.437), il Senegal, (+1.299) e, sia con numeri più contenuti, l'India (più 860) (Unioncamere, 2015). Per quanto riguarda la distribuzione per settore di attività economica, gli imprenditori non comunitari sono prevalentemente concentrati nel "Commercio all'ingrosso e al dettaglio" (44,9% del totale) e nelle "Costruzioni" (il 22,3%), il restante 30% si ripartisce fra i settori delle "Attività manifatturiere" (8,5%), delle "Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione" (5,3%) e del "Noleggio, agenzie di viaggio, servizi di supporto alle imprese" (5,7%).

#### 4. Il ruolo dell'ethnic business nel settore dell'alimentazione

L'imprenditoria straniera è ormai un elemento strutturale dell'economia italiana, una componente essenziale della nostra società. In molte città, si sono collocate significative concentrazioni di migranti che hanno avviato numerose attività autonome e una parte di essi ha colto le opportunità offerte dalla domanda crescente nel settore del commercio di alimenti e della ristorazione, non solo da parte della popolazione straniera, ma anche da quella italiana. L'alimentazione assume nell'esperienza migratoria un ruolo particolare, in quanto viene a costituire il legame simbolico e materiale con il proprio contesto di origine ed è una nuova occasione di negoziazione identitaria fra nuovi

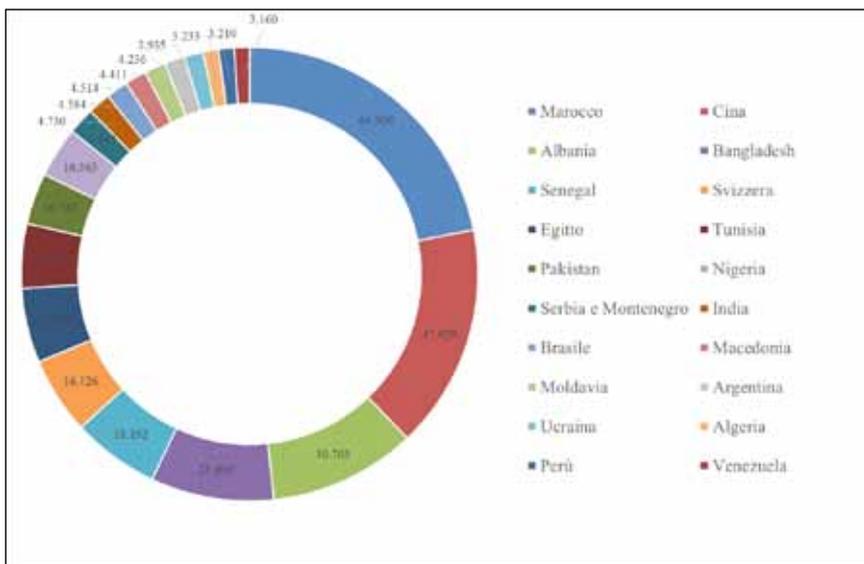
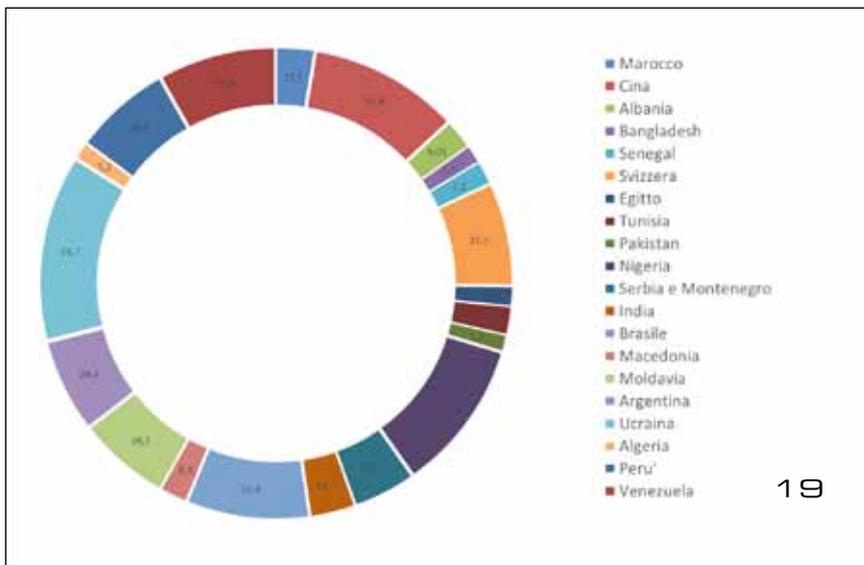


Fig. 4. Numero di imprenditori stranieri per appartenenza etnica (Fonte: elaborazione propria da dati Unioncamere, 2015).

e vecchi abitanti nel paese di immigrazione. Si tratta di processi che non sono esenti da forme di ostilità da parte della collettività locale, sia per motivazioni economiche (nuova concorrenza che attua prezzi più bassi) sia motivazioni ideologiche (paura dell'estraneo, del diverso). Il settore alimentare rappresenta un'area dei consumi particolarmente importante, poiché il cibo è tra gli oggetti di consumo quello che possiede più significati. Esso è "un fatto sociale", strettamente legato all'identità e al patrimonio culturale di un popolo (Belluso, 2012). Il cibo è cultura perché rappresenta l'identità di una comunità (la religione, le tradizioni, la economia, la storia ecc.) (*ibidem*) ed è riassumibile come parte del patrimonio culturale di una comunità.

Nello studio dei rapporti tra l'uomo e l'ambiente, e in particolare in quelli che interessano la salute delle comunità, l'alimentazione assume un'importanza particolare (Palagianò, 1996), attraverso il cibo, il migrante mantiene le proprie radici, stabilisce "un punto d'incontro tra sé e la propria identità" (Musarò, Paltrinieri; 2011) e valica i confini dello spazio e del tempo verso i luoghi familiari; in quanto "... il cibo, il nutrimento del corpo che è anche nutrimen-

Fig. 5. Donne titolari di imprese secondo il paese Extra UE di nascita (Fonte: elaborazione propria da dati del Ministero del lavoro e delle Politiche Sociali, 2015).





**Fig. 6.** Kebab è un piatto a base di carne (pollo, agnello o manzo) tipico della cucina turca, divenuto molto popolare in molte parti mondo. Il significato della parola è "carne arrostita" che si caratterizza per essere cotta su uno spiedo verticale rotante (Foto: <[www.romaatavola.it](http://www.romaatavola.it)>).

to della mente, del cuore e dello spirito, è ciò di cui tutti abbiamo bisogno per essere vivi e per vivere pienamente le nostre esistenze" (Petrini, 2015).

Il mercato iniziale per gli imprenditori etnici del settore alimentare si trova spesso all'interno della stessa comunità di appartenenza, poiché quest'ultima presenta un insieme specifico di bisogni e preferenze meglio soddisfatti da coloro che condividono gli stessi bisogni. In questo modo l'*enclave* pone le basi economiche per l'apertura di panetterie, ristoranti, gastronomie e mini-market di prodotti etnici.

Oggi, non è solo la domanda dei connazionali a in-

centivare l'apertura di servizi di *ethnic food*, ma anche quella degli italiani. Secondo una ricerca condotta dalla Fondazione Moressa (2010), l'influenza della cucina etnica sulle abitudini alimentari degli italiani è in crescita, soprattutto tra i giovani che, oltre a dare un segnale forte di commistione tra culture, nella cucina etnica trovano novità ed economicità.

Le imprese registrate nel settore della produzione di alimenti non sono solo i ristoranti, ma anche rosticcerie di kebab e di cibo cinese o indiano da asporto, macellerie di carne *halal* (cioè macellata secondo le prescrizioni dell'Islam), bazar/botteghe di alimentari, in cui si trova un'ampia scelta di prodotti e materie prime per la preparazione di piatti della tradizione asiatica (i cosiddetti *asian market*) ecc. Attraverso queste attività commerciali, il migrante manifesta la sua cultura e cerca un'apertura verso la società che li ospita. È così che alcuni quartieri acquisiscono un nuovo aspetto, mutano il loro paesaggio, diventano la risultante delle relazioni tra le nuove e le vecchie attività imprenditoriali, rappresentando "...così il racconto completo della società" (Gavinelli, 2012). Il gruppo-territorializza un luogo e lo arricchisce di simboli e rimandi alla cultura d'origine, con lo scopo di affermare visibilmente la propria identità culturale nello spazio reale. La risultante è una stratificazione di segni e immagini commerciali, religiose e linguistiche (Papotti, 2002) che arricchendo le aree lavorative e quelle residenziali, definiscono nuovi paesaggi, spesso molto diversi da quelli originari. Questi caratteri etnici sono, da un lato, il diffi-

cile processo di ambientazione e le prime, lente, forme di integrazione e dall'altro forme visibili di segregazione (Afferni, Ferrario, 2011-2012), anche se i segni etnici collegati all'alimentazione sembrano essere i più tollerati dalla popolazione autoctona e quindi i più diffusi (Papotti, 2002) e condivisi.

## 5. Conclusioni

Il cibo è parte della cultura, e come tale non è immune da contaminazioni, il contatto prolungato tra individui di astrazione differente porta inevitabilmente all'alterazione del prodotto culturale, sia in senso positivo che negativo. Le culture alimentari, incontrandosi, permettono la conoscenza e, quindi, di porre le basi all'integrazione e sovrapponendosi creano combinazioni nuove, in aggiunta a quelle già presenti. Se però una cultura prevale sull'altra, è possibile che alcuni degli elementi tradizionali, territoriali, regionali di quella autoctona vengano persi.

Questi processi di mescolanze e scambi, danno luogo a nuovi sapori e culture alimentari, e nuovi luoghi di consumo: quartieri un tempo evitati diventano i luoghi di consumo del "cibo degli altri" (Ambrosini, 2015). In Italia, il consumo di cibi etnici è avvenuto in ritardo rispetto ad altri paesi, ma il successo che stanno avendo in questi ultimi anni è sorprendente se si considera che il nostro Paese è molto conservatore e resistente nei confronti degli alimenti stranieri (Ambrosini, 2015).

L'eredità di Expo Milano 2015, potrebbe contribuire ad accrescere positivamente la conoscenza e la diffusione dell'*ethnic food*. Il tema è, come noto, Nutrire il pianeta. Energia per la vita e la manifestazione tra le varie iniziative proponeva di dare "visibilità alla tradizione, alla creatività e all'innovazione nel settore dell'alimentazione" e fra gli obiettivi faceva esplicito riferimento alla valorizzazione della "conoscenza delle tradizioni alimentari come elementi culturali ed etnici" (Expo, 2015)

## BIBLIOGRAFIA

- AFFERNI R., FERRARIO C., «Immigrazione e imprenditorialità: riflessioni sul caso piemontese», in *Geotema Immigrazione e processi di interazione culturale*; n. 43-44-45, Anno XV-XVI, 2012, pp. 190-194.
- AMATO F. (a cura), *Atlante dell'immigrazione in Italia*, Roma, Carocci, 2008.
- AMBROSINI M., *Un'altra globalizzazione: il transnazionalismo economico dei migranti*, Working Ppa-

- er, n. 5/08, Dipartimento di Studi Sociali e Politici Università degli Studi di Milano, 2008, *on line*: [http://www.sociol.unimi.it/papers/2008-02-12\\_Maurizio%20Ambrosini.pdf](http://www.sociol.unimi.it/papers/2008-02-12_Maurizio%20Ambrosini.pdf).
- AMBROSINI M., «Il cibo che nutre l'incontro», in Centro Studi e Ricerche IDOS (a cura di), XXIV Rapporto Immigrazione 2014, Rapporto UNAR, Roma, Consorzio Age, 2014.
- AMBROSINI M., *Richiesti e respinti*, Milano, il Saggiatore, 2010.
- ARU S., *Territori e lingue in diaspora italiani a Vancouver*, Pisa, Pacini Editore, 2011.
- AZZARI M., «Vecchie strade, nuove storie. L'imprenditorialità straniera a Firenze», in MEINI M. (a cura di), *Mobilità e territorio. Flussi, attori, strategie*, Bologna, Patron Editore, 2008, pp. 104-164.
- AZZARI M., *Atlante dell'imprenditoria straniera in Toscana*, Pisa, Ospedaletto, 2010.
- BELLUSO R., *I food-scapes del Lazio. La geografia dei piatti tipici regionali tra cultura e tradizione*, Roma, Carocci Editore, 2012, pp. 18-19.
- BRUSA C., «Reti migratorie e sviluppo locale», in *Ambiente Società Territorio – Geografia nelle Scuole*, Vercelli, 50, n.4/5, 2005, pp. 33-37.
- CICIRELLO L., «Caratteri distintivi dell'imprenditoria straniera in Italia: alcune riflessioni sulla regione Lombardia», in KRASNA F. (a cura di), *Migrazioni di ieri e di oggi. In cammino verso una nuova società tra integrazione, sviluppo e globalizzazione*, 2009, p.11.
- COLOGNA D. (2004), «L'inserimento lavorativo degli immigrati cinesi a Milano», (a cura di) COLOGNA D., *Asia a Milano. Famiglie ambienti e lavori delle popolazioni asiatiche a Milano*, Milano, Abitare Segesta.
- CRISTALDI F., *Immigrazione e territorio. Lo spazio con/diviso*, Bologna, Patron Editore, 2012, p. 13.
- DEMATTEIS G., «Il fenomeno urbano», in Cori et al., *Geografia urbana*, Torino, Utet, 1993 p. 95.
- EXPO2015. NUTRIRE IL PIANETA, ENERGIA PER LA VITA (2015), *Che cos'è Expo 2015?*, *on line* <http://www.expo2015.org>.
- FERRARIO C., «Immigrazione, imprenditoria e crisi economica. Alcune riflessioni sul caso torinese», in CAPINERI C., CELATA F., DE VINCENZO D., DINI F., RANDELLI F., ROMEI P., *Oltre la Globalizzazione Resilienza/Resilience*, Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici, Firenze, pp. 2014, 293-296.
- GAVINELLI D., «Il paesaggio: percorsi multidisciplinari, segni culturali, significai geografici», in DAL BORGO A.G., GAVINELLI D., (a cura di), *Il paesaggio nelle scienze umane. Approcci, prospettive e casi di studio*, Mimesis Kosmos, Milano, 2012, p. 214.
- KRASNA F., «Migrazioni e processi di interazione culturale. Sei tematiche di lettura nell'Italia di oggi», in KRASNA F. (a cura di), *Migrazioni di ieri e di oggi. In cammino verso una nuova società tra integrazione, sviluppo e globalizzazione*, Patron Editore, Bologna, 2009, p.11.
- LEVY J., «Geografie della modernizzazione», *Geotema*, 3, n. 3, 1997, pp. 25-32.
- MINISTERO DEL LAVORO E DELLE POLITICHE SOCIALI, *Quito rapporto annuale. I migranti nel mercato del lavoro in Italia*, 2015 *on line*: [http://www.lavoro.gov.it/Notizie/Documents/V%20Rapporto%20annuale%20MdL%20Migranti%202015\\_%200.6.pdf](http://www.lavoro.gov.it/Notizie/Documents/V%20Rapporto%20annuale%20MdL%20Migranti%202015_%200.6.pdf)
- MONTANARI A., *Human Mobility, Global Change and Local Development*, *Belgeo*, n. 1-2, 2005, pp. 7-18.
- MUSARO' P., PALTRINIERI R., «I significati simbolici del cibo», in BERGAMASCHI M. E MUSARO' P., *Spazi di negoziazione. Povertà urbana e consumi alimentari*, Milano, Franco Angeli; 2011, p. 8.
- NANNI M. P., PITTAU F., *Rapporto Immigrazione e Imprenditoria*, Roma, Edizioni IDOS, 2014.
- PALAGIANO C., *Geografia medica*, Roma, Carocci, 1996.
- PAPOTTI D., «I paesaggi etnici dell'immigrazione straniera in Italia», in Varott M. e Zunica M. (a cura di), *Studi in ricordo di Giovanna Brunetta*, Padova, Dipartimento di Geografia "Giuseppe Morandini", dell'Università degli studi di Padova, 2002, pp. 151-166.
- PETRINI C., *Quale vogliamo sia il nostro pane quotidiano?*, 2015, *on line* <http://www.slowfood.it/quale-vogliamo-sia-il-nostro-pane-quotidiano/>.
- PIORE M., *Birds of Passage: Migrant Labor and industrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press, 1979.
- PORTES A., BACH R., *Latin Journey*, Berkeley, CA, University of California, 1985.
- PORTES A., MANNING R.D., «The immigrant enclave: Theory and empirical examples», in OLZAK S. e NAGEL J. (a cura di), *Competitive Ethnic Relations*, Orlando, Academic Press, 1986.
- RUSSO KRAUSS D., *Sempre meno invisibili. Geografia delle donne immigrate in Italia*, Trieste, Edizioni Università di Trieste, 2003.
- SAMERS M., *Migrazioni*, Roma, Carocci editore, 2010, pp. 135-139.
- STOREY D., *Territory*, Harlow, Prentice Hall, 2001.
- UNIONCAMERE, *Rapporto Unioncamere 2015. Alimentare il digitale. Il futuro del lavoro e della competitività dell'Italia*, 2015, *on line*: [http://www.cliclavoro.gov.it/Barometro-Del-Lavoro/Documents/Rapporto%20Unioncamere%202015\\_21-5-15.pdf](http://www.cliclavoro.gov.it/Barometro-Del-Lavoro/Documents/Rapporto%20Unioncamere%202015_21-5-15.pdf) ultima consultazione: 30 giugno 2015

*Università del Piemonte del Piemonte Orientale  
Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa  
Sezione Piemonte Orientale*