

5. Integrazione bancaria degli immigrati: l'accesso ai servizi bancari secondo gli studi esistenti

di Giorgio De Battistini¹

5.1. Una possibile chiave di lettura: la questione delle rimesse

Il lavoro che qui presentiamo si riallaccia ad una serie di ricerche specifiche venute alla luce in Italia a partire dal 2000 ed incentrate sulla relazione fra banche e migranti. Tali ricerche, finalizzate all'individuazione di carenze, difficoltà e attese reciproche da parte di questi due soggetti, possono essere considerate come il segnale della crescente rilevanza della questione dell'integrazione finanziaria, ma non solo, dei migranti.

Il problema dell'inclusione nel sistema finanziario ufficiale è infatti da intendersi, a nostro parere, anche e prima di tutto attraverso un'ottica improntata all'apertura di spazi di cittadinanza attiva per i migranti, all'interno dei quali sia per loro effettivamente possibile beneficiare dei "diritti fondamentali".

Quei diritti che - come recita il preambolo della Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea - *"i popoli europei hanno deciso di condividere"* in un futuro di pace fondato su valori comuni, e che vale la pena ricordare anche in questa sede: *"dignità, libertà, uguaglianza, solidarietà, cittadinanza, giustizia"*.

In questa prospettiva l'accesso ai servizi bancari di base da parte dei migranti è parte integrante del processo di definizione

¹ Esperto in cooperazione internazionale e diritti umani, collaboratore dell'Osservatorio Welcomebank.

democratica e partecipativa dell'idea e delle pratiche della cittadinanza del terzo millennio².

La letteratura disponibile sull'argomento tende a convergere sulla rilevanza assunta da un fenomeno che ha posto per la prima volta in modo radicale la questione qui trattata e che può essere assunto come chiave di lettura privilegiata: si tratta dell'invio delle rimesse nei Paesi d'origine degli immigrati.

Nel 1998, il flusso delle rimesse degli immigrati verso i Paesi di provenienza ha superato, in Italia per la prima volta, i volumi di denaro in entrata proveniente dai nostri emigrati (760 contro 535 miliardi di lire secondo i dati ufficiali). Da allora, i flussi in uscita hanno continuato a registrare una dinamica di costante incremento, segnalando il Nord Italia e il Lazio come le aree di maggior importanza per il trasferimento diretto di rimesse verso l'estero³. Secondo la Caritas, inoltre, queste cifre risultano altamente sottostimate, dal momento che i mezzi più comunemente utilizzati per i trasferimenti di denaro nei di origine risultano essere i cosiddetti canali informali (il denaro viene affidato a parenti o amici, corrieri o piccoli imprenditori privati) ed i *money transfer*.

Le cifre delle rimesse ufficialmente censite rappresentano certo solo la punta dell'iceberg di un fenomeno che va ancora appieno compreso, ma rappresentano certamente la prova definitiva del carattere di attore economico e finanziario del migrante.

Insieme alla ricerca di un lavoro e di un'abitazione, l'invio delle rimesse rappresenta una delle esigenze prioritarie per l'espatriato, ed è solo misurandosi realisticamente con questa esigenza che si possono porre, sin da ora, le condizioni in base alle quali avviare, definire o rafforzare il rapporto dei migranti con il sistema bancario italiano, così come con quello del Paese di provenienza.

Per poter essere compresa appieno, però, la questione delle rimesse non deve essere ricondotta unicamente all'interno delle relazioni, esistenti e possibili, tra le banche e i migranti, ma va

² Cfr. Ceschi S. (2003), *Migranti, istituzioni bancarie e nuove forme della cittadinanza*, in Anderloni L. (2003), *Il Social Banking in Italia*, Giuffrè Editore, Milano.

³ Cfr. Cespi, 2004: pag. 7.

inserita in un contesto più ampio, che tenga conto della situazione geopolitica contemporanea e di quel clima internazionale di insicurezza e preoccupazione che ha fatto seguito all'11 settembre 2001.

Nel 2003, per la prima volta, il rapporto annuale della Banca Mondiale, *Global Development Finance*, dedica un intero capitolo al tema delle rimesse. Così anche in occasione del summit dei capi di stato del G8 del giugno 2004, tenuto a Sea Island, è stata ribadita la centralità delle rimesse nelle dinamiche di sviluppo dei PVS, incoraggiando un ricorso maggiore ai canali formali sulla base di iniziative volte ad abbassare i costi bancari legati alle operazioni di invio delle rimesse.

Il recente ed "improvviso" interesse che le organizzazioni internazionali, così come le istituzioni bancarie, i governi nazionali e sub-nazionali e gli operatori della cooperazione allo sviluppo hanno mostrato verso le rimesse è imputabile alla concomitanza di diversi fattori.

Da un lato, il problema della scarsità di risorse finanziarie per promuovere lo sviluppo dei PVS, al centro del vertice delle Nazioni Unite per la finanza dello sviluppo, tenutosi a Monterrey (Messico) nel 2002. Nonostante si sia richiamata la necessità di rispettare l'impegno da parte di tutti i Paesi donatori a destinare lo 0,7% del PNL, la capacità dei governi è risultata molto scarsa. L'Italia, in particolare, si trova agli ultimi posti della classifica, con lo 0,14% del PNL destinato ai PVS.

D'altro canto, le preoccupazioni circa il riciclaggio del denaro sporco e quelle relative al finanziamento del terrorismo internazionale hanno portato la comunità internazionale - e ora anche il Governo italiano - a vegliare, disciplinare e controllare meglio il flusso delle rimesse, cercando di indirizzarle verso i canali formali più facilmente oggetto di vigilanza.

Non da ultimo, infine, le stesse banche italiane stanno "scoprendo", anche se tardivamente, una risorsa potenzialmente preziosa. Lo dimostra il crescente numero di servizi specificamente rivolti agli stranieri ed un innegabile fenomeno di progressivo inserimento della clientela immigrata nei circuiti bancari, anche se è ancora presto per parlare di "ingresso massiccio" degli utenti

immigrati nelle banche italiane. Resta tuttavia indubbio che la relazione tra gli stranieri non comunitari e le banche debba ancora pienamente svilupparsi.

Come evidenzia Marco Zupi, Vicedirettore del Cespi, l'evidente scarsità degli APS (Aiuto Pubblico allo Sviluppo), l'impegno dell'Italia nella lotta al terrorismo, ma anche il "risvegliato" interesse da parte delle banche "hanno concorso a far maturare da parte di governo, banche e operatori della cooperazione internazionale allo sviluppo, una nuova attenzione circa i migranti e le rimesse"⁴.

*"Le priorità strategiche - prosegue Zupi - che hanno aree di prossimità (come i Balcani e la sponda sud del mediterraneo), verso cui dall'Italia partono ingenti flussi di rimesse porta a pensare che si possa fare qualcosa per legare in un circuito virtuoso i tanti interessi in gioco: promuovere lo sviluppo dei PVS (ad esempio legando il tema delle rimesse allo strumento della microfinanza e sostenendo quindi l'utilizzazione del denaro per progetti imprenditoriali generatori di reddito economico, di occupazione, di benefici diffusi per la società locale), andare incontro all'esigenza dei lavoratori immigrati presenti in Italia di accedere a condizioni migliori ai servizi bancari, controllare i flussi internazionali"*⁵.

Questo ultimo punto non deve essere trascurato, dal momento che si deve principalmente - ma non solo - alla disattenzione bancaria se l'Italia è, dopo gli Stati Uniti, il principale mercato per volume di affari per i circuiti internazionali di Money Transfer.

Come si spiega, dunque, la situazione di monopolio che poche istituzioni finanziarie specializzate (come Western Union e Money Gram) sono riuscite ad assicurarsi nel nostro Paese, nonostante restino a tutt'oggi l'opzione più costosa - e non di poco - a disposizione dei migranti?

Innanzitutto, per usare i loro servizi non bisogna essere titolari di conti correnti bancari o di carte di credito: basta andare in un'agenzia convenzionata - che garantisce solitamente orari più

⁴ Cfr. Zupi, 2004, p. 12.

⁵ Cfr. Zupi, 2004, p. 12.

flessibili rispetto a quelli delle banche - con un documento d'identità ed con il denaro in contanti, pagare una commissione che varia in base all'importo spedito e indicare località e destinatario. Il denaro è trasferito in pochi minuti, in completa riservatezza e, in caso di mancato recapito, la somma è rimborsata. Tali sono tra i fattori principali che ostacolano l'opzione del canale bancario e che resteranno, anche in futuro, difficilmente risolvibili.

Oltre alla semplicità del servizio e alla mancanza di burocrazia e di appesantimenti procedurali e amministrativi, entrano in gioco anche altri aspetti sociali. Molti dei punti di vendita convenzionati (500 su oltre 6.000) sono gestiti da stranieri e costituiscono un luogo di aggregazione per le comunità di immigrati. Le location sono spesso infatti ricevitorie, bar/tabacchi, consegne/invio pacchi, phone center.

Western Union, la società americana dal 1871 leader mondiale nel trasferimento di denaro, è riuscita a guadagnarsi in Italia il secondo posto nella classifica mondiale dei migliori mercati grazie a una presenza capillare sul territorio e numerosi agenti (Angelo Costa spa, Finint spa, American Express, Omnia Finanziaria, Banco di Sassari⁶), che hanno saputo creare un piccolo impero del business etnico, non legato solamente alle rimesse. La Angelo Costa spa è diventata anche editrice (Etnocommunication) di 30 giornali per stranieri, di un portale internet⁷, offrendo servizi assicurativi e telefonici, Finint spa con Ethnicity offre servizi creditizi e polizze vita per gli immigrati.

L'unico vero concorrente di W.U. è Money Gram, un'altra società statunitense appartenente al gruppo Viad che dal 2001 ha ricevuto in appalto 14.000 sportelli delle Poste Italiane per offrire

⁶ La Banca di Sassari è la prima banca agente in Italia del servizio Western Union. Dopo di lei (2001), altre Banche Popolari hanno attivato delle filiali per il servizio Western Union e distribuito i suoi servizi presso i propri sportelli ed agenzie (in ordine temporale, si tratta di Banca Popolare Emilia Romagna, Banca Popolare dell'Irpinia, Banca Popolare di Ravenna, Cassa di Risparmio dell'Aquila, Banca Popolare di Aprilia)

⁷ Cfr. il sito <http://www.stranieriinitalia.it>.

servizi del tutto simili a quello di W.U., se non per commissioni mediamente più basse.

Se appare, dunque, ingeneroso addebitare unicamente al sistema bancario italiano la sua posizione marginale all'interno del ricco mercato delle rimesse, va però riconosciuta la sua miopia, il suo ritardo di preparazione, di analisi, ed in parte anche di interesse rispetto alle opportunità finanziarie legate a questo mercato e al cosiddetto social banking (microcredito, pacchetti di servizi bancari per lavoratori stranieri regolarizzati).

Se il flusso delle rimesse, infine, non riesce ancora ad essere pienamente convogliato all'interno dei canali ufficiali, ciò dipende anche dalle relazioni interbancarie esistenti con gli istituti dei Paesi di provenienza (spesso, tra l'altro, inaffidabili e poco efficienti), dunque da fattori connessi al livello di internazionalizzazione del settore bancario italiano e alle evidenti difficoltà di questo ad aprirsi⁸.

La questione delle rimesse può, dunque, essere vista come l'"anello critico" di giuntura tra due realtà - le banche ed i migranti - rimaste sino ad oggi distanti tra loro, e spesso isolate, per una serie di cause che saranno oggetto di approfondimento nei successivi paragrafi.

Tale anello di giuntura rappresenta oggi per gli istituti bancari italiani una delle soglie cruciali - anche se non l'unica - attraverso cui poter attirare e successivamente "bancarizzare" una fetta sempre maggiore di clientela immigrata. A condizione, però, che sappiano offrire quei servizi richiesti dagli immigrati rimasti, sino ad oggi, perlopiù disattesi.

È movendo da queste considerazioni che, a nostro parere, le istituzioni italiane - non solo quelle bancarie - dovrebbero ripensare le proprie politiche legate all'immigrazione. Non più "combattendola" attraverso una serie di barriere fisiche, giuridiche e culturali che rendono di fatto impossibile per gli immigrati costruirsi una vita nuova e che hanno rivelato, di fatto, la loro inefficacia. Si tratta invece di applicare e potenziare, tra gli altri, gli strumenti intravisti in queste pagine, così da

⁸ Cfr. Ceschi, 2003, p.5.

consentire a tutti i migranti di poter sempre più usufruire dei "diritti fondamentali" sopra ricordati.

Come ha dichiarato Giuseppe Zadra, direttore generale dell'Abi, in occasione del convegno nazionale "*Migrant Banking*" tenutosi a Roma nel giugno 2004, "*per gli istituti di credito, l'apertura dei servizi bancari agli immigrati rappresenterebbe anche una risorsa e un'opportunità di sviluppo, oltre che un'attività di grande valore per non meno importanti aspetti sociali*".

Per far fronte a questo nuovo segmento di clientela, gli istituti di credito italiani si stanno orientando verso due differenti approcci. Il primo consiste nel proporre ai nuovi lavoratori le offerte standard che si adattano maggiormente agli immigrati. Altre banche, invece, preferiscono formare strutture ed elaborare prodotti personalizzati per questo tipo di clientela.

A guidare il primo gruppo è UniCredit che, pur non offrendo alcun servizio/prodotto dedicato, guida a tutt'oggi "la corsa" al cliente immigrato. La sola Spa *retail* del gruppo può contare su uno stock di quasi 212 mila conti correnti, 20.300 contratti mutui, e poco meno di 331.000 clienti bancarizzati a vario titolo (attraverso carte di credito prepagate, rimesse, altri prodotti e servizi).

Del secondo gruppo fa parte, invece, la maggioranza delle aziende di credito. Per queste si rimanda in appendice, dove viene presentata una rassegna dei servizi dedicati alla clientela immigrata da parte di ormai numerosi istituti bancari.

5.2. Le principali ricerche sul tema

In questo capitolo ci proponiamo di passare in rassegna le principali ricerche già effettuate in Italia sull'argomento. Per ognuna di queste cercheremo di mettere in luce gli obiettivi, gli strumenti utilizzati dalla ricerca, i principali risultati emersi e le conclusioni finali, ed infine, alcune linee guida possibili sulle quali procedere.

Mazzonis M., Naletto G. (2000), *Migranti e banche. Facilitare l'accesso dei migranti ai servizi bancari*, Lunaria, Roma.

Questo "working paper" è il risultato di un'indagine svolta nell'ambito del progetto "Migranti e banche", promosso da Lunaria e sostenuto dalla Commissione Europea DG Occupazione e Affari Sociali. Il progetto è stato realizzato in partnership con Cenpo (Belgio), Ges (Spagna), Progetto Diritti (Inghilterra) e Vanta Institute for Continuing Education (Finlandia). Le spese per lo svolgimento della ricerca sono state sostenute da Banca Etica, Banca Popolare di Milano e la Fondazione San Carlo.

La scelta di effettuare questa ricerca è stata sollecitata dalla considerazione che, a fronte della natura ormai strutturale dell'immigrazione e della conseguente necessità di scelte che accelerino l'integrazione sociale, economica e culturale degli immigrati, non esisteva ancora nessuna ricerca specifica relativa al rapporto tra immigrati e istituti bancari. "Migranti e banche" ha aperto dunque una direzione di lavoro, suggerendo una metodologia che è poi stata recepita da altre ricerche, non da ultimo la qui presente.

Prima di descrivere la metodologia usata, la ricerca di Lunaria apre con una premessa richiamandosi al Testo Unico n. 286/98, "Testo unico delle disposizioni concernenti la disciplina dell'immigrazione e norme sulla condizione dello straniero". Questa legge introduce delle norme contro la discriminazione e affida alle Regioni la costituzione di centri di osservazione, di informazione e di assistenza legale per le vittime delle discriminazioni per motivi razziali, etnici, nazionali o religiosi. Sino al 2000, però, solo la Toscana, si era attivata per provvedere in tale direzione. Ciò significa che non esistevano dati sulla discriminazione raccolti con metodo scientifico a carattere nazionale.

La ricerca si è così svolta parallelamente su due livelli: da una parte sono stati contattati 56 istituti bancari e 275 agenzie territoriali distribuite in 7 città italiane (Milano, Roma, Bologna, Perugia, Napoli, Prato, Padova); dall'altra sono stati intervistati 34

immigrati di diversa origine e collocazione professionale e contattate 20 organizzazioni che operano nel settore dell'immigrazione.

Il contatto con gli istituti bancari è risultato estremamente difficoltoso, nonostante la documentazione inviata avesse evidenziato la natura non conflittuale della ricerca e il sostegno della Commissione Europea. Gli interlocutori hanno accolto la ricerca con notevole diffidenza e solo 12 direzioni generali hanno risposto al questionario (pari al 21,42% del totale delle direzioni generali interpellate), 8 hanno concesso un'intervista (pari al 14,28%), e 16 agenzie locali hanno risposto al questionario (pari al 5,81% delle agenzie selezionate dal campione).

Se lo scarso numero di risposte ottenute dai dirigenti contattati sembra evidenziare un diffuso disinteresse degli istituti bancari al tema oggetto dell'indagine, le risposte date ai questionari sembrano concentrare i motivi di tale disinteresse in tre principali ordini di cause. In primo luogo si tratta di motivi economici, dati dalla precarietà lavorativa che caratterizza ancora oggi gran parte degli immigrati presenti in Italia. Ciò riguarda in particolare quelle persone che, pur con un reddito regolare, non sono in grado di dimostrarlo nel momento in cui richiedono un servizio alla banca, il che riguarda non solo i lavoratori in nero, ma anche, ad esempio, tutti coloro che operano nel settore dei servizi.

In secondo luogo gli immigrati vengono visti come piccoli clienti, che rappresentano per le banche alti costi di gestione e scarsa redditività. Non è da meno, infine, l'incidenza di fattori culturali che hanno contribuito a costruire nell'immaginario collettivo uno stereotipo negativo dell'immigrato. La ricerca di Lunaria sottolinea più volte la delicatezza e la rilevanza di questo aspetto, proprio in un momento in cui le forze politiche e i mass media promuovono ciclicamente campagne allarmistiche che evidenziano in modo martellante la connessione tra il fenomeno dell'immigrazione e quello della sicurezza, riproponendo ossessivamente l'identificazione immigrato-clandestino-criminale⁹.

⁹ L'Unione europea ha promulgato nel 2000 due direttive sulla parità indipendentemente dalla razza e dall'origine etnica (2000/43) e sulla parità di trattamento in materia di occupazione (2000/78). Successivamente ha istituito

Passando alla seconda parte della ricerca, le interviste rivolte agli immigrati convergono su alcuni aspetti ritenuti prioritari. Il ricorso agli istituti bancari potrebbe essere più frequente se venissero adottati strumenti di informazione e di promozione adeguati e se venissero richieste forme di garanzia che tenessero conto della reale condizione della maggior parte degli immigrati in Italia. Non a caso, laddove è stata adottata una strategia di marketing mirata, la risposta è stata positiva. L'elemento di maggior peso ai fini di un rapporto con il mondo bancario risulta, comunque, essere per un immigrato la propria condizione socio-economica: il principale ostacolo va ricercato proprio nella necessità di dimostrare un reddito fisso.

Tra le esigenze più sentite dagli immigrati contattati vi sono quelle di un'informazione chiara e trasparente, la mediazione interculturale e, non da ultimo, la sensibilizzazione degli operatori bancari attraverso la realizzazione di corsi interni mirati.

In risposta ai nodi più problematici nella relazione tra banche e migranti, Lunaria propone alcune interessanti considerazioni. In primo luogo, la precarietà lavorativa di tanti immigrati non va slegata dalle tendenze che caratterizzano il mercato del lavoro in Italia. La valutazione dell'affidabilità di un cliente sulla base del possesso della busta paga o di un reddito fisso non sembra risultare in armonia con il processo di precarizzazione della forza lavoro attualmente in corso, e che riguarda non solo la popolazione migrante, ma anche e sempre più numerose categorie di lavoratori italiani. Sono infatti le aziende italiane, sostenute dal mondo

una commissione di controllo preposta a verificare in ogni Paese Ue lo stato di applicazione di tali direttive. Nell' "Executive Summary on race equality directive - State of play in Italy (10/2003)" si afferma: "While some political groups have a clearly hostile attitude toward the presence in Italy of different racial and ethnic groups, the reaction to xenophobia has not taken the form of well-defined policy proposal, and the debate has been mostly focused on immigration law, and not strictly speaking on anti-discrimination law. Such an attitude has until recently been common to both political actors and NGOs. When action was taken at the parliamentary level for introducing anti-discrimination rules (such as those in the 1998 Act...), it was given little visibility, probably in order to avoid political costs" (cfr. <http://www.stop-discrimination.info>). Si veda anche Dal Lago A. (1999), *Non-persone*, Feltrinelli, Milano.

finanziario, a sollecitare sempre più l'adozione di misure di flessibilità che comportano la diffusione di contratti di lavoro a termine, part-time o di collaborazione, con una conseguente diminuzione dei contratti di lavoro dipendente a tempo indeterminato.

Secondariamente, se gli immigrati vengono visti come piccoli clienti, la scelta di predisporre servizi agevolati per questo tipo di clientela dovrà essere supportata non solo da motivi economici, ma anche da scelte di tipo sociale. È quanto è già successo, come vedremo, nel caso di alcune banche.

Esistono, infine, barriere di tipo strutturale e culturale che scoraggiano gli immigrati ad utilizzare i servizi bancari. Tra di esse vi sono la carenza di materiale informativo mirato, l'eterogeneità dei documenti richiesti per accedere a diversi servizi a seconda della banca che viene contattata, l'esistenza di agenzie finanziarie non bancarie (*money transfer*) che permettono di inviare le rimesse all'estero con più rapidità rispetto alle banche, anche se con un costo più alto.

La ricerca di Lunaria si chiude facendo nuovamente riferimento al Testo Unico, e riportando per esteso la definizione che esso dà di "discriminazione". Gli art. 43 comma 1,2, in particolare, fanno rientrare nel concetto di discriminazione azioni che, anche indirettamente, si traducono in un trattamento sfavorevole a danno di una persona a causa della sua appartenenza etnica, nazionale, religiosa ecc.

Si può dunque parlare, in riferimento alla legislazione vigente, di discriminazione bancaria a danno degli immigrati? La risposta di Lunaria è: sul piano formale, sicuramente no. La legislazione bancaria, infatti, non prevede nessun limite formale all'accesso degli immigrati ai servizi bancari. La ricerca ha però evidenziato dei casi di discriminazione concreta diretta e indiretta, e talora anche consapevoli, che si configurano come "restrizioni" all'accesso ai servizi bancari. Nelle pagine finali vengono riportate le esperienze di alcuni immigrati vittime di questo genere di restrizione.

Libanora R. (2003), *Immigrati e servizi bancari. Risultati di una ricerca condotta a Roma e Milano* in L. Anderloni (a cura di), *Il Social Banking in Italia. Un fenomeno da esplorare*, Fondazione Giordano dell'Amore, Giuffrè, Milano.

Questa ricerca è stata promossa dalla Fondazione Giordano dell'Amore, che da oltre trent'anni ha orientato con lungimiranza le proprie attività sul ruolo che i processi finanziari possono avere nel contribuire alla diffusione del benessere. Il compito di sintetizzare la ricerca e di guidarne la lettura è svolto, oltre che da Renato Libanora, da Luisa Anderloni, che della ricerca stessa ha curato la progettazione e ne ha realizzato una parte sostanziale.

L'indagine muove dal riconoscimento della posizione "eccentrica" con la quale l'Associazione Lunaria, con la propria ricerca "Migranti e banche", si colloca nel contesto italiano. A differenza di altri Paesi europei di più antica migrazione, quali Inghilterra e Francia, l'Italia non ha prestato, infatti, molta attenzione agli aspetti bancari del processo migratorio, concentrando la ricerca sociale ed economica sui temi emergenziali del lavoro, dell'alloggio, della sanità e della devianza criminale. Il 1998 è stato l'anno che ha definitivamente cancellato nell'immaginario collettivo la figura dell'emigrante italiano, sostituendolo con quella degli immigrati africani, asiatici e latinoamericani, ma anche europei, dimostrando in modo definitivo il carattere strutturale della relazione di accoglienza tra il nostro Paese e i nuovi flussi migratori internazionali.

L'assunto di fondo dell'indagine, anche in questo caso, non si fonda sull'accumulazione di dati, ma poggia sul diritto dei migranti di accedere a una serie di servizi bancari e finanziari essenziali per il loro progetto di vita. Ne consegue, in primis, che alla profonda ristrutturazione del mercato del lavoro degli ultimi anni, l'accesso ai servizi bancari deve essere aperto anche ad altre modalità più flessibili di inserimento lavorativo nel sistema produttivo italiano.

Libanora sottolinea poi come il mancato accesso degli immigrati ai servizi bancari sia un fenomeno ancora più rilevante se si tengono presenti tre elementi decisivi per le future politiche degli

istituti bancari. In primo luogo, attualmente, già ora i due terzi dei lavoratori immigrati unbanked potrebbero essere eliggibili per l'accesso ai servizi bancari, mentre solamente un terzo degli immigrati regolarmente presenti sul territorio possiede un conto corrente presso un istituto bancario. Le proiezioni demografiche, in secondo luogo, individuano proprio nelle migrazioni un elemento di parziale ridimensionamento del calo di forza-lavoro attiva che si realizzerà nei prossimi anni in Italia¹⁰. Di questo sembrano essersi resi conto, secondo l'autore della ricerca, i governi in carica nell'ultimo arco di millennio, con l'approvazione della legge n. 40 del 1998 che, pur mantenendo alcuni elementi di chiusura, lasciava aperto in linea di principio l'ingresso per motivi di lavoro¹¹. Il fenomeno migratorio, infine, si avvierà nei prossimi anni verso una fase di pieno inserimento di un elevato numero di nuclei famigliari stranieri in Italia, per cui inizieranno a diminuire le rimesse monetarie all'estero e ad aumentare la richiesta di servizi bancari da parte di nuovi residenti¹².

Dopo queste considerazioni introduttive, la ricerca si sofferma più approfonditamente su alcuni caratteri del processo migratorio in Italia, definito per le sue peculiarità "modello mediterraneo dell'immigrazione".

La componente femminile dell'immigrazione rappresenta un dato di particolare rilevanza dal momento che le donne immigrate sono la metà degli immigrati residenti regolarmente sul territorio e

¹⁰ Secondo la Caritas, dal 2000 al 2004 sono raddoppiate le presenze regolari di immigrati sul territorio nazionale, raggiungendo la cifra di 2 milioni e 600 mila: cfr. Dossier Statistico Immigrazione 2004, Caritas.

¹¹ Cfr. Libanora, 2003, pag. 171. A conferma di ciò, riportiamo un estratto della dichiarazione fatta dal Ministro dell'interno Giuseppe Pisanu dopo l'accordo di Firenze tra i maggiori Paesi europei su stranieri e sicurezza: "L'Europa apra gli occhi e smetta di guardare con paura lo straniero che arriva in cerca di lavoro per mantenere la sua famiglia... Chi ha responsabilità di governo deve adoperarsi per convincere le opinioni pubbliche che l'immigrazione è una necessità per chi parte ed è una risorsa, un'opportunità per chi l'accoglie" (cfr. Repubblica, 21/10/2004).

¹² Sempre la Caritas conferma la tendenza all'insediamento stabile degli immigrati: se consideriamo come motivi di insediamento a lungo termine i permessi per lavoro e quelli per ricongiungimento familiare, arriviamo a circa il 90% sul totale.

che, in base ai risultati della ricerca, sono più svantaggiate rispetto alla controparte maschile nell'accesso ai servizi bancari.

Le donne sono presenti sin dalle fasi iniziali dell'immigrazione in Italia, anzi ne costituiscono spesso il motore primo. A partire dagli anni '70, le donne impegnate nell'ambito domestico hanno rappresentato l'anello primario della catena migratoria o, in ogni caso, parte attiva del mercato del lavoro. Dagli anni '90 la presenza delle donne rimane alta, anche se cambiano la provenienza e l'occupazione. Alla cura della casa si affianca la cura della persona. Così varia anche il contesto di inserimento, ora presso famiglie di ceto medio ma anche piccolo borghese, che però non assicurano più l'ospitalità, un buon livello retributivo e, soprattutto, la messa in regola. Negli ultimi anni, infine, da una parte le donne vanno emancipandosi dai lavori domestici e dalla residenza congiunta con il datore di lavoro, dall'altra anche per il settore dei servizi si è assistito ad una forte precarizzazione del mercato del lavoro e, di conseguenza, della condizione economico-sociale di numerose donne immigrate.

Un'altra caratteristica del processo migratorio in Italia riguarda l'impiego della forza-lavoro nel settore dell'agricoltura e nelle piccole e medie industrie del centro-nord. Se il primo settore risulta una novità rispetto ai flussi migratori del secondo dopoguerra, l'occupazione nel settore industriale è oggi una peculiarità tutta italiana, tanto che si può affermare che i lavoratori immigrati fanno parte in maniera integrante della classe operaia nazionale e non solo delle sue frange più marginali. L'elevata presenza degli immigrati nei sindacati sembra confermarlo, superando addirittura in termini percentuali la presenza degli occupati italiani.

Dal punto di vista statistico, nonostante nel decennio 1989-1998 si situi in Europa al secondo posto per aumento di presenze stabili di immigrati, l'Italia rimane pur sempre un Paese a bassa incidenza migratoria, collocandosi nella fascia dei Paesi mediterranei in cui gli immigrati incidono per l'1-2% sulla popolazione nazionale (si sale al 2,9% se si tiene conto dei minori)¹³. Per quanto riguarda poi

¹³ Cfr. Libanora, 2003, pag. 177.

la provenienza degli immigrati, il nostro Paese rappresenta un modello di "immigrazione globale" che la differenzia da altri Paesi europei di forte e più antica immigrazione, e che è caratterizzato da una forte eterogeneità delle nazionalità estere presenti sul territorio.

L'indagine promossa dalla Fondazione Giordano dell'Amore affronta il rapporto tra migranti e banche unicamente dal punto di vista degli utenti dei servizi, e si focalizza quindi sulle esigenze dei migranti, le loro opinioni, le aspettative e le difficoltà. Il terreno su cui si è svolta sono le città di Milano e Roma, i due poli urbani dove risiedono il maggior numero di immigrati e dove risulta più alta la capacità di risparmio valutata sull'entità delle rimesse monetarie.

Alla domanda: "in che misura il campione di analisi selezionato in questa ricerca è rappresentativo del rapporto tra immigrati e banche in Italia?", Libanora risponde: i risultati possono essere considerati come pienamente significativi solo se collocati all'interno del contesto sociale e produttivo delle due città di riferimento. L'indagine può ad ogni modo rappresentare adeguatamente il ventaglio delle questioni e delle tendenze significative rilevate in un campione di immigrati eterogeneo, e deve essere valutata per la sua capacità di individuare queste tendenze piuttosto che per gli aspetti quantitativi.

Il campione di rilevamento è costituito sia da immigrati *banked* che *unbanked* (ovvero che hanno e che non hanno un rapporto formalizzato con un'istituzione bancaria), così da poter fornire indicazioni preziose sulla tipologia dei servizi utilizzati, sulla frequenza con la quale si svolgono determinate operazioni bancarie, sulle motivazioni che spingono anche gli immigrati *banked* a rivolgersi all'esterno delle banche per una serie di servizi finanziari. Una tale metodologia di analisi, inoltre, consente di lavorare sulle differenze e, aspetto per certi versi più rilevante per ricerche di questo genere, sulle similitudini tra i due gruppi.

Lo schema del questionario è simile a quello preparato da Lunaria, così come analoga è la scheda per le interviste in profondità, avvenute in una seconda fase.

Tra le indicazioni emerse nella ricerca, ricordiamo le principali. Il tempo di permanenza in Italia degli immigrati risulta essere un fattore rilevante nell'accesso ai servizi bancari, visto che dopo anni la tendenza negativa si inverte, mentre prima di questo periodo sono scarse le possibilità per un immigrato di accedervi. Se gli immigrati non in regola risultano ovviamente penalizzati, l'aspetto più significativo riguarda la quota proporzionalmente simile di immigrati banked e unbanked.

Per quanto riguarda il mancato accesso ai servizi, gli immigrati imputano alla loro mancanza di denaro l'esclusione dai servizi bancari, ritenendo secondaria la responsabilità delle banche, mentre è proprio la lentezza di queste ultime che rende preferibile per gli immigrati l'utilizzo di canali alternativi (in particolare Money Transfer) per l'invio delle rimesse monetarie nei Paesi d'origine. La certezza della data di arrivo e quindi la rapidità, sono le caratteristiche che deve possedere il trasferimento di denaro per soddisfare le esigenze dei migranti; solo in terza istanza intervengono nella scelta i costi contenuti del servizio.

Il primo ostacolo nell'accesso al credito risulta la sua stessa richiesta da parte degli immigrati: più del 60% degli immigrati banked, infatti, non ha mai chiesto un finanziamento, mentre meno del 10% di quelli che l'avevano chiesto e ottenuto ha dichiarato di aver avuto problemi nel restituirlo.

L'indagine si conclude con alcuni suggerimenti circa le caratteristiche che le possibili iniziative di *social banking*¹⁴ dovrebbero avere per andare incontro alle esigenze della popolazione immigrata in Italia. Un primo fattore decisivo sarà costituito da qualsiasi iniziativa che sia in grado di valorizzare la specificità della loro diversità culturale, a partire dalla produzione di materiali informativi redatti nella lingua madre. Oltre alla presenza di impiegati immigrati o alla formazione di carattere linguistico e interculturale degli impiegati italiani, risultano fondamentali una politica di sostegno da parte delle banche nei

¹⁴ Il Social Banking può essere definito come l'offerta di servizi bancari di base, di deposito e di pagamento, per segmenti di clientela caratterizzati da redditi, cultura economica e altre condizioni che li qualificano come marginali: cfr. Anderloni, 2003.

confronti delle associazioni di stranieri più rappresentative e iniziative di informazione e formazione all'uso dei servizi bancari per la fascia più giovane della popolazione immigrata. Altrettanto importante sarà una politica chiara e condivisa da tutti i funzionari e impiegati della banca rispetto ai requisiti necessari per l'accesso ai servizi. Rispetto alle rimesse, le banche potrebbero contrarre accordi con agenzie specializzate in modo da rispondere alla richiesta di rapidità del trasferimento mentre, sul versante del credito, le banche potrebbero fornire piccoli crediti che crescono al crescere del rapporto fiduciario con la banca e il suo cliente straniero.

Da ultimo, non va dimenticato che i bisogni finanziari dei migranti variano a seconda del progetto migratorio, del Paese d'origine, del singolo migrante, dei gruppi etnici, ma anche in base alle diverse fasi di tale progetto. Se in una fase di primo insediamento i bisogni coincidono molto spesso con la mera sopravvivenza, al momento della regolarizzazione vediamo emergere l'invio delle rimesse e la domanda (talora latente) di microcredito. L'elaborazione di politiche di risposta mirate da parte delle banche dovrebbe quindi fare riferimento ai bisogni espressi nelle diverse fasi.

Ceschi S. e Rhi-Sausi J. L. (a cura di) (2004), *Banche italiane e clientela immigrata. Rimesse, risparmio e credito: le iniziative in atto e le prospettive di crescita*, CeSPI, Bancaria Editrice, Roma.

La ricerca del CeSPI si propone di esplorare e approfondire i rapporti esistenti fra migranti e sistema bancario italiano, a partire dall'interrogazione e dal coinvolgimento diretto degli operatori di alcuni dei gruppi bancari attivi in Italia. L'obiettivo prioritario di tale ricerca consiste nel conoscere le condizioni, i limiti e le prospettive di sviluppo esistenti, riscontrabili presso le banche, in relazione al particolare segmento di clientela rappresentato dalla popolazione immigrata nel nostro Paese. L'aspetto centrale del lavoro è stato caratterizzato, dunque, dall'esigenza di verificare il grado di dinamicità e lo stato attuale dell'offerta esistente presso gli istituti italiani nei confronti della clientela straniera. Le città nelle quali sono state compiute missioni di ricerca sono Bologna, Modena, Padova, Bergamo, Treviglio (Bg), Milano e Roma; le banche contattate fanno parte dei principali istituti bancari italiani.

L'attività di ricerca si è articolata in due distinte fasi, corrispondenti a due diverse metodologie di ricerca:

- 1) una ricognizione dei principali prodotti e servizi dedicati agli immigrati esistenti presso le principali banche italiane¹⁵, attraverso un'intervista diretta a quegli elementi del personale bancario più attivamente impegnati nella relazione con gli utenti immigrati;

¹⁵ Una breve permanenza a Parigi durante il mese di agosto 2003 ha permesso di operare una piccola indagine su alcuni istituti francesi (in particolare il Crédit Lyonnais, la BNP Paribas e la Société Générale), constatando l'avvio di un'interessante iniziativa a favore degli immigrati senegalesi residenti a Parigi; cfr. CeSPI, 2004, pag. 13.

- 2) un gruppo di discussione fra selezionati esperti operanti all'interno degli istituti, gestito e alimentato via telematica dalla sede del CeSPI, che ha messo a confronto le opinioni e le tendenze esistenti attualmente presso le banche attraverso un sistema di questionamento ricorsivo e reiterato nel tempo degli operatori, denominato "Metodo Dhelphi"¹⁶.

Sulla base delle informazioni ottenute e degli studi disponibili, risulta anche qui che la relazione fra gli stranieri e le banche italiane deve, allo stato attuale, ancora pienamente svilupparsi. Anche se si possono cogliere al momento, all'interno del settore bancario, evidenti segnali di apertura verso il mondo dell'immigrazione, i risultati di questa ricerca confermano il ritardo di preparazione e di analisi che gli istituti bancari sembrano scontare. Le ragioni di questa difficoltà vengono ricondotte sostanzialmente a due ordini di questioni: quello della redditività e quello della fiducia.

Se da un lato gli istituti bancari sostengono che la percentuale di clienti immigrati non è ancora quantitativamente rilevante per considerare questo segmento come un target redditizio, dall'altra gli esperti che hanno condotto l'indagine hanno rilevato che l'ancor basso livello di bancarizzazione dei lavoratori stranieri presenti sul territorio italiano sembra dipendere in parte dalla sottostima, da parte delle banche, delle loro capacità di inserimento nel tessuto economico e sociale del nostro Paese, quindi anche delle loro capacità di risparmio, di investimento, di programmazione economica.

Alla non sufficiente propensione aziendale verso il potente mercato costituito dagli immigrati, si accompagna anche una persistente diffidenza nei confronti di questa particolare tipologia di clienti, considerati come poco "affidabili". A questo proposito, vengono presi a testimonianza i risultati della ricerca promossa dalla Fondazione Giordano dell'Amore, che hanno evidenziato come i numerosi requisiti richiesti ad uno straniero per aprire un conto inneschino in molti di loro una percezione dell'accesso ai

¹⁶ Cfr. CeSPI, 2004, pag. 13 e seg.

servizi bancari come prova di idoneità da superare, mancanza di fiducia o forma di controllo.

A ciò si aggiunge, secondo l'indagine del CeSPI, un'ulteriore circostanza: le capacità economiche e le potenzialità rappresentate dall'utenza straniera non sono state finora adeguatamente considerate anche perché hanno risentito in vario modo della rappresentazione negativa circolante nella società italiana, che rinvia un'immagine delle persone immigrate come soggetti poco affidabili, pericolosi, marginali¹⁷.

Tuttavia, tra i risultati dell'indagine non mancano alcuni elementi positivi. Il mondo bancario sembra dare segni evidenti di interesse verso questo segmento di popolazione attraverso iniziative animate principalmente da istanze etico-solidaristiche, in altri casi aventi motivazioni strettamente commerciali.

Più in generale, si comincia ad assistere a un ripensamento riguardo al valore di questo bacino di clientela e alla rendita finanziaria che potrà derivarne per chi saprà adeguatamente servirlo, tanto che è possibile delineare le due tendenze principali tra gli istituti di credito italiani nei confronti del tema dell'inclusione bancaria degli stranieri.

La prima, di ispirazione "universalista", tende a equiparare il cliente immigrato a quello italiano e a servirlo con prodotti e servizi tendenzialmente analoghi a quelli offerti ai clienti italiani. Solitamente le banche che appartengono a questo filone non propongono conti specificamente intitolati ai migranti e tendono a privilegiare il versante dei servizi, sviluppando iniziative volte ad aprire sportelli dedicati all'utenza straniera, con operatori formati alla comunicazione e all'assistenza e con un'attenzione particolare alla mediazione linguistica.

La seconda tendenza invece, più "particolaristica", considera i migranti come un segmento di clientela specifica su cui calibrare pacchetti di prodotti ad hoc, diversificati rispetto a quelli offerti alla clientela tradizionale¹⁸. Secondo le analisi del CeSPI, lo scarto tra queste due tendenze sembra dipendere dalla scelta dei singoli

¹⁷ Cfr. Dal Lago, 1999.

¹⁸ Cfr. CeSPI, 2004: pag. 21.

istituti di porre maggiore accento sui bisogni legati alla stabilizzazione in Italia dei migranti o viceversa sulle esigenze rivolte verso il Paese d'origine, vale a dire di rendere pertinente l'appartenenza, anche se temporanea, alla società italiana, o viceversa accentuare la peculiarità del cliente immigrato poiché soggetto espatriato.

Le risposte circa la rimozione degli ostacoli alla bancarizzazione degli immigrati indicano tre principali terreni di intervento: quello burocratico-amministrativo (abbassamento dei requisiti di accesso e revisione della normativa), quello più direttamente legato alla vendita al cliente (miglioramento dell'offerta); infine quello che potremmo definire relazionale o della fiducia (riduzione della distanza, costruzione di rapporti di fiducia con le comunità).

Riguardo al primo aspetto, l'accesso ai servizi bancari si presenta totalmente privo di impedimenti sul piano normativo, teoricamente aperto a qualsiasi individuo regolarmente residente sul territorio italiano. D'altra parte il Testo Unico bancario lascia alla discrezionalità degli istituti la scelta e l'applicazione sui clienti dei criteri di affidabilità e di garanzia. Il fatto che non vengano in nessun modo indicati requisiti per l'accesso lascia alle banche il più ampio margine di autonomia nel selezionare i propri utenti¹⁹. L'adozione di un medesimo trattamento rispetto alla clientela italiana potrebbe costituire garanzia sufficiente per un incontro equilibrato tra banca e immigrati.

Ma è soprattutto sul piano "relazionale" o della fiducia che si sono maggiormente concentrate le indicazioni degli esperti. Prioritaria viene considerata la riduzione della distanza linguistica e culturale, ma altrettanto importante è l'attivazione di rapporti di fiducia e garanzia con le comunità immigrate presenti sul territorio.

Prima di avviarsi alle considerazioni finali, l'indagine del CeSPI rivolge ancora un suggerimento alle banche. L'invio di rimesse costituisce in genere il prodotto più richiesto dagli immigrati e fornisce, pertanto, l'occasione iniziale per entrare in rapporto con il cliente straniero. Anche se spesso viene percepito dalle banche

¹⁹ Cfr. CeSPI, 2004: pag. 23.

come un servizio aggiuntivo, secondario e successivo alla istituzione del rapporto bancario, l'offerta di prodotti interessanti e convenienti per il trasferimento potrebbe al contrario costituire un formidabile veicolo di bancarizzazione per molte comunità di stranieri e rappresentare, perciò, l'elemento apripista per una relazione più ampia con i nuovi clienti.

Pur avendo affermato a più riprese, nel corso dell'indagine, il carattere ancora problematico dell'interazione tra istituti bancari e clientela immigrata, il CeSPI conclude le proprie analisi evidenziando gli aspetti favorevoli alla prospettiva dell'incremento dell'inclusione finanziaria del bacino di utenza immigrata.

La mancanza di specifici dati sul numero di migranti che intrattengono rapporti con un istituto bancario ha portato verosimilmente a sottostimarne l'incidenza, specie presso quelle importanti comunità di immigrati nelle quali esiste un accentuato tasso di stabilizzazione lavorativa e di imprenditorialità²⁰. La percentuale ipotizzata dalla ricerca della Fondazione Giordano dell'Amore di un immigrato su tre con un rapporto bancario andrebbe, quindi, decisamente rivista al rialzo.²¹

Alcuni degli ostacoli concreti alla bancarizzazione dei migranti si pongono anche per la clientela italiana. Ciò vale sia per alcune barriere dovute a particolari requisiti richiesti in entrata, sia per quanto riguarda l'esistenza di una fascia debole le cui spese di gestione del conto non appaiono commisurate ai redditi realmente percepiti.

²⁰ È da notare che è in notevole aumento il numero di cittadini immigrati che aprono attività in proprio. Non rappresenta certo un fenomeno nuovo, ma questo dato permette di evidenziare alcuni aspetti evolutivi del fenomeno migratorio, quali: i percorsi di crescita personale e di possibile fuoriuscita dai circuiti etnicizzati; una maggiore stabilizzazione dentro il contesto di approdo; i processi di relazionalità e interdipendenza che si sviluppano tra Paese di origine e Paese di approdo. Nel 2003 si valutava che i cittadini extracomunitari titolari di un'impresa fossero in Italia circa 150 mila, mentre nella sola provincia di Biella il numero era di 927 (dicembre 2003). Per approfondimenti, si veda E. Zucchetti, *Il lavoro indipendente degli immigrati: regola ed eccezioni*; Dossier Statistico Immigrazione 2004.

²¹ Cfr. CeSPI, 2004: pag. 55.

Sul versante bancario è documentata una crescente attivazione di programmi di "social banking", testimoniati anche da "Patti Chiari", progetto varato dalle banche italiane e dall'ABI, di cui parleremo nell'ultimo paragrafo.

Le istituzioni bancarie, infine, debbono svilupparsi su un duplice fronte. Da un lato sul terreno dell'incontro tra domanda e offerta sul territorio italiano e dell'apertura di nuovi spazi di inclusione e cittadinanza economica per i migranti, dall'altro sul terreno dell'adeguata canalizzazione del risparmio e dei capitali degli immigrati, teso alla migliore utilizzazione del flusso finanziario al fine di sostenere processi di sviluppo nei Paesi d'origine.

Assofin, Crif e Prometeia, (2005), *Osservatorio sul credito al dettaglio*²²

L'Osservatorio di Assofin, Crif e Prometeia parte da un complessivo esame del mercato dei finanziamenti alle famiglie, nelle sue diverse componenti e origini, dedicando particolare attenzione al business del credito al dettaglio e approfondendo in questo comparto l'evoluzione per tipologia. Le elaborazioni sono effettuate sulla base delle informazioni al 30 novembre 2005.

L'Osservatorio si avvale del database del Sistema di Informazioni Creditizie di CRIF sui crediti rateali nonché della competenza di CRIF nell'elaborare dati sul rischio di credito e sull'andamento di questo mercato; della struttura informativa, delle competenze di business e delle previsioni di Prometeia; della partecipazione di ASSOFIN, Associazione Italiana del Credito al Consumo e Immobiliare, che rappresentando le maggiori istituzioni finanziarie operanti nei comparti del credito al consumo e del finanziamento immobiliare, è la fonte più accreditata delle statistiche di mercato.

Come rilevato dall'Osservatorio, la domanda di credito al consumo da parte dei cittadini stranieri residenti in Italia è in costante crescita, tanto da poter parlare di un vero e proprio boom. Nel 2004 il volume complessivo di credito erogato agli stranieri è stato pari a 4,848 miliardi di euro, contro i 3,388 miliardi del 2003. In particolare, il tasso di variazione medio annuo nel periodo è stato del 51,6%, con una crescita eccezionale nel 2001 pari al 79,3%, mentre negli ultimi anni si è attestato al 40%. Dai dati emerge che tra le richieste di finanziamento dei cittadini stranieri residenti in Italia, il comparto mutui ha registrato la crescita più significativa: nel 2004 il 5,8% dell'ammontare totale dei mutui erogati in Italia è stato destinato ad immigrati, (in aumento del 7% rispetto all'anno precedente), a testimonianza del processo in atto di stabilizzazione della permanenza delle comunità di stranieri nel nostro Paese.

²² Cfr. http://www.crif.com/ita/Com_Oss_imm_090605.asp

Per quanto riguarda, invece, il credito al consumo (prestiti, carte di credito, cessione del quinto dello stipendio), quello a favore di cittadini stranieri a fine 2004 ha rappresentato il 3,5% dei flussi totali, in aumento del 31% rispetto al 2003. Un risultato eccezionale per la sua rilevanza che, infatti, risulta più che raddoppiato rispetto all'inizio del decennio.

Inoltre, l'Osservatorio indica che sono le famiglie di origine africana quelle che maggiormente ricorrono all'indebitamento (26,8% del credito totale erogato), anche se per importi di bassa entità. Al contrario, se gli immigrati asiatici fanno meno ricorso al credito al consumo (15,3% del totale erogato), i volumi risultano più elevati. Gli stranieri di provenienza americana presentano, invece, una penetrazione del credito considerevole, con un volume molto elevato.

Analizzando, infine, la differenziazione sessuale della domanda di credito emerge che per gli immigrati provenienti dall'America si registra una scarsa diversità di comportamento (il 48,3% dei richiedenti sono maschi mentre il 51,7% sono donne), mentre il divario si amplia per gli asiatici e gli africani: sono maschi il 64,1% dei primi richiedenti, il 77,5% dei secondi.

Se la capacità di credito posseduta dagli stranieri è aumentata - conclude l'Osservatorio -, ciò è dovuto al numero maggiore di soggetti affidabili, ma anche dal miglioramento delle condizioni socio-economiche delle famiglie degli stranieri. Maggiore integrazione e stabile permanenza in Italia sono i fattori che hanno gradualmente accresciuto il numero di famiglie che hanno requisiti simili alla clientela italiana.

C.Borgomeo&co., (2005) 1° Rapporto sul microcredito in Italia, Rubettino, Soveria Mannelli

Il volume, uscito in occasione dell'anno internazionale del microcredito, nasce grazie alla volontà di Unicredito Italiano di avviare una riflessione strutturata sulle esperienze in atto nel nostro Paese. Tale pubblicazione si propone non tanto di fornire un censimento delle esperienze di microcredito realizzate o progettate in Italia, quanto piuttosto di *"leggere le diverse tendenze in atto e di dare conto della consistenza e delle caratteristiche del fenomeno"*²³.

Questo rapporto si pone dunque in modo trasversale rispetto al tema qui indagato, ma risulta di grande interesse per le potenzialità, ancora largamente inesprese, di questo strumento rispetto ai soggetti "deboli"²⁴ - e quindi possibili destinatari di un microcredito -, tra i quali figurano gli immigrati. Il microcredito, infatti, (insieme alla microfinanza)²⁵ è uno degli strumenti che il tradizionale sistema bancario italiano sta sperimentando con crescente determinazione per favorire l'inclusione bancaria dei soggetti sinora esclusi.

Se si è concordi sul fatto che - come si afferma in questo volume - *"l'esclusione finanziaria è uno stato di minorità sociale che porta al mancato accesso alle infrastrutture sociali più comuni"*²⁶, non può non colpire questo dato: l'Italia presenta il più basso

²³ Cfr. Borgomero, 2005: pag. 7.

²⁴ In questa ricerca vengono definiti come *"coloro che versano in uno stato di privazione e di mancato benessere o comunque non in grado di fornire garanzie: i lavoratori atipici, il terzo settore, le famiglie a basso reddito, le microimprese che operano in aree svantaggiate del Paese povero, gli immigrati"*; cfr. Borgomeo, 2005: pag.19.

²⁵ In accordo con Lunaria, si definisce il microcredito come la concessione di *"microfinanziamenti tesi alla realizzazione di progetti imprenditoriali (ma non solo) a soggetti esclusi dal sistema di credito istituzionale"*, mentre la microfinanza come *"credito più servizi di risparmio, di accompagnamento nella realizzazione di progetti, di formazione"*; cfr. *"Il microcredito in Italia"* - sintesi di una ricerca presentata alla IV Giornata nazionale della finanza etica, 2004.

²⁶ Cfr. Borgomeo, 2005: pag. 19.

livello di bancarizzazione tra i Paesi UE²⁷: soltanto il 70,4% della popolazione adulta è titolare di un conto corrente bancario o postale.

Di fronte a questa nuova domanda, il rapporto indaga le risposte concrete offerte dagli istituti di credito sul versante dell'offerta al credito, dei prestiti d'onore e sui programmi che sostengono attività d'impresa o lavoro autonomo, ed esigenze indistinte dei percipienti.

Se la quasi totalità delle iniziative segnalate sono rivolte indistintamente ai soggetti deboli, si ritrovano tuttavia alcuni esempi di risposte rivolte specificamente ad utenti immigrati. Tra queste figura per prima l'attività delle Banche di Credito Cooperativo (BCC), che hanno messo a punto una serie di prodotti e servizi a favore dei lavoratori migranti, quali il "Migrant Corner" ed il "Bonifico friendly". Tali iniziative vengono qui intese come espressione della "*volontà di integrare nuovi processi nell'attività tipica al fine di soddisfare una sempre più ampia fascia di mercato*"²⁸.

Ampio spazio viene poi dato ai programmi che sostengono attività d'impresa o lavoro autonomo, intesi come una delle possibili alternative alla disoccupazione. Tra le tante, si segnala l'attività di microcredito esercitata dalla Fondazione San Carlo di Milano in collaborazione con la Caritas Ambrosiana e in accordo con la Diocesi di Milano, che vede gli stranieri immigrati come principali destinatari, con una percentuale del 65% sul totale dei crediti erogati. Si tratta in prevalenza di uomini provenienti dall'Africa, soprattutto Senegal e Marocco. I finanziamenti sono destinati all'avvio di attività microimprenditoriali, ma anche ad esigenze di consumo o altro (ad esempio l'affitto della casa)²⁹.

²⁷ Cfr. Eurobarometer 52 (2003) Europeans and Financial Services - European Commission Unit - Brussels.

²⁸ Cfr. Borgomeo, 2005: pag. 22.

²⁹ In relazione all'analisi delle diverse fasi di realizzazione dei programmi, un dato richiama la nostra attenzione. La quasi totalità dei promotori intervistati per questo rapporto ha dichiarato che i casi di insolvenza sono sporadici, con due sole eccezioni. Una di queste riguarda il programma promosso dalla Fondazione San Carlo di Milano (che segnala ben 11 insolvenze a fronte di 53 operazioni).

Si segnalano inoltre alcune iniziative di microcredito in fase di progettazione rivolte ancora agli immigrati, tra le quali: *Microcredito della BCC di Roma*, (rivolto a immigrate e alle fasce più deboli) in collaborazione con Farmacap, per piccoli crediti per inserimento lavorativo e servizi alla persona; *Prestito d'onore per lavoro autonomo e microimprese marchigiane della Regione Marche*, (rivolto a immigrati, disoccupati e donne), che prevede la concessione di prestiti da parte di un istituto di credito, da individuare con apposita gara, e servizi di promozione, istruttoria, tutoraggio e monitoraggio a valere su fondi regionali.

La conclusione a cui perviene il rapporto è duplice: da un lato constata "un certo scarto tra la crescente attenzione al tema... e le concrete realizzazioni"³⁰; dall'altro segnala come vi sia una certa ostinazione nel dimenticare che "i soggetti deboli, cui i programmi e gli interventi di microcredito si rivolgono, sono deboli non solo finanziariamente, in quanto privi di garanzie, ma anche dal punto di vista delle relazioni, delle esperienze, delle competenze"³¹, e che quindi sono soggetti da accompagnare lungo tutto il percorso con misure di assistenza tecnica.

³⁰ Cfr. Borgomeo, 2005: pag. 87.

³¹ Cfr. Borgomeo, 2005: pag. 87.

Censis - E-st@t Gruppo Delta, (2005), *Immigrati e cittadinanza economica, Consumi e accesso al credito nell'Italia multi-etnica*, Abstract della ricerca³²

La ricerca, promossa dalla società E-st@t, del Gruppo Delta, si pone l'obiettivo di analizzare e definire i comportamenti di consumo e di risparmio degli stranieri residenti in Italia, partendo da una considerazione tanto semplice quanto per nulla scontata: *"l'impatto sociale e economico di questa nuova componente demografica del Paese non può non essere rilevante"*³³.

Questo Abstract sintetizza i risultati dell'indagine di campo effettuata dal Censis, nel mese di novembre 2005, su un campione di 800 immigrati residenti nel nostro Paese, alla luce dei dati dell'ultimo Censimento della popolazione (2001). In base ad esso risulta che: le famiglie con almeno uno straniero sono più di 440.000; in diverse città la quota di immigrati sulla popolazione sfiora il 10%; gli alunni stranieri nelle nostre scuole rappresentano circa il 4% della popolazione scolastica. È sempre più importante e riconosciuta, inoltre, la partecipazione degli immigrati al mercato del lavoro per svolgere professioni che gli italiani non intendono più esercitare, ma anche per avviare imprese e dedicarsi al lavoro autonomo.

Scopo ulteriore della ricerca è superare, alla luce dei dati, *"la visione stereotipata di un immigrato povero, disagiato, marginale, che invia in patria i propri guadagni e vuole tornare il prima possibile nel proprio Paese, per essere soppiantata da una pluralità di figure distinte per progetti di vita, posizione professionale, situazione abitativa, classe reddituale"*³⁴. La

³² Lo studio è stato realizzato per E-st@t Gruppo Delta da un gruppo di lavoro del Censis coordinato da Francesco Estrafallaces e Anna Italia e composto da Fiorella Falcone, Vera Rizzotto e Vittoria Coletta. L'indagine *field* su un campione di immigrati residenti in Italia è stata realizzata per il Censis dalla società CoDres di Roma. Hanno collaborato Roberta Gallato di E-st@t e Diletta Pedani del Gruppo Delta; il Comitato Scientifico di Indirizzo della ricerca è composto da: Anna Bartolini, Lino Busà, Oliviero Forti, Raffaele Miele.

³³ Cfr. Censis, 2005: pag. 3.

³⁴ Cfr. Censis, 2005: pag. 3.

maggioranza degli stranieri manifesta infatti stili di vita sempre più differenziati, attraverso una consistente domanda di consumo sia di beni di prima necessità sia di beni voluttuari, avvicinando sempre di più il proprio stile di vita al nostro. È sempre più alto, inoltre, il numero di stranieri che desidera rimanere stabilmente in Italia.

Ecco perché l'impatto sociale ed economico di questa nuova componente demografica del Paese non può più essere trascurato e, di conseguenza, è ora che si passi a un dibattito che *"finalmente consideri la presenza straniera in Italia non solo come un problema da risolvere, ma come un'opportunità³⁵"*.

I dati concernenti l'accesso al credito forniscono una prova eclatante del dinamismo e del carattere di pieni attori che gli immigrati rivestono all'interno dell'economia nazionale: tra il 2000 e il 2004, si è registrato un incremento medio annuo del 51% del credito complessivo erogato agli immigrati.

Ciò significa che la presenza degli stranieri in Italia sta mutando più rapidamente di quanto non stia facendo il sistema dell'offerta del credito che, per non perdere questa occasione, dovrà saper adattare la propria offerta alle diverse necessità espresse dal mondo delle famiglie straniere.

L'offerta di servizi bancari e finanziari *ad hoc*, pur in fase di espansione, sembra ancora sottodimensionata: se è vero che il 67% degli intervistati invia regolarmente denaro nel proprio Paese d'origine, solo il 50% lo fa attraverso una banca.

Cresce invece costantemente la domanda di credito al consumo, soprattutto per l'acquisto di beni e servizi che possono migliorare la qualità della vita (dalla dotazione minima d'arredamento, agli elettrodomestici, ad un mezzo di locomozione) e che spesso risultano inaccessibili per la scarsità di risorse liquide, assorbite dalle spese di vitto e alloggio. Il 47% del budget familiare è destinato infatti a queste due voci, mentre il 24% a spese correnti, il 14% alle rimesse nei Paesi di origine, e il 15% viene risparmiato. Interessante è il fatto che tali percentuali non variano in modo rilevante tra le differenti classi di reddito considerate e appare

³⁵ Cfr. Censis, 2005: pag. 3.

forte ovunque sia la propensione al risparmio che all'invio di rimesse.

Il campione analizzato nella ricerca consente la suddivisione dell'universo dell'immigrazione in due macrocategorie: da un lato una componente minoritaria, giunta in Italia da più tempo (alla fine degli anni '80 e alla metà degli anni '90), con una più spiccata vocazione alla stabilità; dall'altro una componente che mostra caratteri più dinamici e in marcata evoluzione, spesso con un progetto migratorio meno definito.

Al primo gruppo appartengono soprattutto africani e asiatici residenti per lo più nelle regioni settentrionali e di età media superiore ai 30 anni che, avendo raggiunto una posizione lavorativa stabile e un reddito medio, presentano un apprezzabile livello di inclusione sociale e manifestano stili e comportamenti di consumo abbastanza vicini a ciò che è riscontrabile tra la maggioranza delle famiglie italiane. Il secondo raggruppamento si compone invece in maggioranza di cittadini provenienti dai Paesi dell'Europa centro-orientale e dai latino-americani; spesso si tratta di persone con un lavoro a tempo determinato e con un reddito piuttosto contenuto, con comportamenti di consumo meno articolati rispetto a ciò che si riscontra nel primo raggruppamento, ma con un accentuato dinamismo, che si esprime nel diffuso ottimismo con cui si guarda al futuro e nella voglia di migliorare rapidamente le condizioni economiche³⁶.

A questo punto la ricerca si interroga sulla possibilità di delineare un modello di consumo che consenta di capire meglio le esigenze, le aspettative e i comportamenti degli immigrati, individuando non uno, ma *"almeno tre diversi segmenti di mercato di proporzioni non molto dissimili l'uno dall'altro, capaci di comporre una struttura piramidale, che va restringendosi al crescere delle disponibilità di reddito e della capacità di spesa delle famiglie, nonché all'aumentare del tempo di permanenza in Italia"*³⁷.

³⁶ Cfr. Censis, 2005: pag. 7.

³⁷ *"L'orizzonte temporale di permanenza dei lavoratori stranieri incide in modo rilevante sui comportamenti di consumo e di risparmio"*: cfr. Censis, 2005: pag. 9.

Il "basamento" di questo sistema risulta composto da poco più del 37% degli immigrati adulti presenti in Italia; si tratta per lo più di stranieri in giovane età, non oltre i 25/30 anni, giunti nel nostro Paese dopo il 2000. Il modello di consumo può definirsi "basic", nel senso che esso è fortemente condizionato dalle scarse disponibilità di spesa.

Si individua poi un "corpo intermedio", nel quale si colloca grosso modo il 32% degli immigrati, giunti in Italia tra la metà e la fine degli anni '90, anche se non mancano arrivi più recenti. Sono molti i trentenni e i quarantenni dotati di un buon livello di istruzione, con una *élite* composta anche da laureati. Molti degli stranieri inseriti in questo segmento intermedio intendono vivere permanentemente in Italia, hanno già avviato un percorso di vita e professionale che li spinge a forme abbastanza solide di inclusione economica e di integrazione sociale. I livelli di reddito non sono tuttavia elevati o tali da indicare dei consumi elevati.

Vi è infine un terzo segmento che rappresenta il 31% della comunità di immigrati in Italia, al vertice del sistema piramidale cui si è fatto riferimento. Si tratta delle famiglie dotate di redditi più elevati rispetto alla media complessiva del campione analizzato, anche se i casi di consistente benessere, paragonabile a quello raggiunto da gran parte delle famiglie italiane, sono piuttosto limitati. Presente in Italia dai primi anni '90 questa categoria di immigrati registra un livello di inclusione sociale elevato: il lavoro a tempo indeterminato è molto diffuso, così come i ricongiungimenti familiari, ma soprattutto gran parte delle famiglie di questo segmento prevede di rimanere a lungo nel nostro Paese.

Una lettura "trasversale" di questa piramide evidenzia alcuni dati di notevole interesse. In primo luogo *"la propensione all'indebitamento tende a crescere all'aumentare del reddito delle persone contattate: essa va dal 23% degli immigrati con un reddito mensile che non supera 600 euro, fino al 73% di coloro che percepiscono 2.000 euro e più"*³⁸. Si può parlare quindi di "un

³⁸ Cfr. Censis, 2005: pag. 11.

approccio al debito meno inibente e restrittivo di ciò che accade agli italiani³⁹".

Centrale diviene poi l'analisi dei tassi di insolvenza degli immigrati. I dati sinora disponibili dicono che del 42% di coloro che hanno contratto un debito, solo il 2% non ha rispettato le scadenze di pagamento o non ha restituito il prestito; il 17% lo ha restituito con molte difficoltà, il 31% con irrilevanti difficoltà, e il restante 50% non ha avuto alcun problema di percorso.

Le pagine conclusive della ricerca evidenziano come gli operatori del credito dovranno mettere in atto politiche di mercato inevitabilmente differenziate, in grado di raggiungere i segmenti differenti di cui si compone il panorama dell'immigrazione nel nostro Paese.

³⁹ Cfr. Censis, 2005: pag.11.

Omarini Anna, (a cura di) (2006), *Il migrant banking, Esigenze della clientela immigrata e modelli di servizio per l'offerta*, Bancaria Editrice, Roma.

La ricerca è stata presentata presso l'Università Bocconi in occasione del Convegno "Migrant banking: opportunità e sfide di un mercato in crescita" (7 aprile 2006). Realizzata dal NEWFIN (Centro Studi sull'Innovazione finanziaria) in collaborazione con SINT, la ricerca è curata da Anna Omarini, Ricercatrice presso l'Università Bocconi, e si propone di identificare le caratteristiche della domanda per orientare le possibili strategie di offerta del settore finanziario.

La ricerca si muove su una duplice direttrice di indagine: da un lato indaga l'offerta, attraverso l'invio di un questionario a un campione di banche con l'obiettivo di raccogliere informazioni sul tasso di bancarizzazione dei migranti, sulla presenza di servizi ad hoc o di eventuali sportelli, e di segnalare le difficoltà principali riscontrate dalle banche italiane nel servire questo mercato; dall'altro è volta ad approfondire il versante della domanda, attraverso una serie di interviste telefoniche rivolte a un campione di immigrati (150) residenti in Italia.

Delle 25 banche contattate, soltanto 8 hanno compilato il questionario. Risultato che conferma una certa reticenza da parte degli istituti bancari a rapportarsi con questo target di clienti, nonostante l'immigrazione non possa più oggi non essere considerata alla stregua di un fenomeno strutturale che progressivamente si stabilizza sul territorio nazionale.

Sul versante dei migranti, la maggioranza dei nominativi selezionati sono stati tratti da liste di immigrati già clienti di banche italiane. Questo spiega la percentuale (97%) nettamente superiore alla media che risulta dalle ricerche precedenti per quanto riguarda il tasso di titolarità di un conto corrente. E non a caso, nel rapporto con la banca, la maggioranza del campione ha dichiarato di non avere avuto alcun ostacolo ad aprire un conto (84%); solo l'8% afferma di avere incontrato qualche difficoltà, connessa più che altro a problemi di lingua. Si evidenzia inoltre la stretta connessione tra il livello di inclusione finanziaria e

l'esperienza nel Paese d'origine: chi ha o ha avuto un conto corrente nel proprio Paese tende a rivolgersi più facilmente alle nostre banche, dove cerca servizi utili (45%) ed economici (34%), disponibilità da parte degli operatori (17%) e solo in ultima istanza la semplicità nelle procedure.

La domanda che fa da cornice all'intera ricerca è la seguente: *"in che modo e a quali condizioni il modello multiculturale è compatibile da un punto di vista sociale, strategico, organizzativo ed economico con le caratteristiche del sistema bancario?"*⁴⁰.

Interessante, in questa prospettiva, risulta l'attenzione data, all'interno della ricerca, alle motivazioni che inducono all'acquisto di un bene e, in particolare di un prodotto bancario. Anche nell'era della globalizzazione, i modelli di comportamento di acquisto variano a seconda di un certo numero di fattori che possono essere così raggruppati: fattori culturali (cultura, classe sociale); fattori sociali (gruppi di appartenenza, famiglia); fattori personali (età, situazione economica, stile di vita) e fattori psicologici (motivazione, percezione, apprendimento). Le diversità culturali possono spiegare - almeno in parte - la varianza nei consumi - e su questo il marketing dovrebbe riflettere - tenendo sempre presente che il concetto di "etnicità" non va inteso come una sorta di scorza rigida e impermeabile, bensì all'interno di una dimensione dinamica e relazionale.

Risulta fondamentale quindi, per un istituto bancario, il sapersi mettere in gioco all'interno della costante e impegnativa dialettica tra due istanze potenzialmente contraddittorie con cui si confronta il migrante: da un lato il desiderio di assimilazione e di interiorizzazione dei valori e dei modelli sociali del Paese d'arrivo, dall'altro il bisogno opposto di manifestare e garantire la propria identità, la continuità e la coerenza della propria appartenenza culturale.

L'immigrazione è qui analizzata alla stregua di un fenomeno ormai stabile e definitivamente approdato nel nostro Paese. All'interno della ricerca, infatti, il tema delle rimesse viene appena accennato, mentre ampio spazio viene dato a iniziative

⁴⁰ A. Omarini, 2006: pag. 37.

come il microcredito, la mediazione interculturale, la comunicazione plurilingue, la sensibilizzazione interculturale degli sportellisti e la valorizzazione dei migranti anche come dipendenti.

Per quanto riguarda, ancora, la rilevanza dell'appartenenza etnica e religiosa nel rapporto banca-cliente, la ricerca dedica un intero capitolo all'attualissimo e delicato tema della finanza islamica, curato da Federica Maglietta, titolare di un assegno di ricerca presso la Bocconi.

Le caratteristiche etniche, infatti, sono in grado di spiegare, nell'ambito del rapporto banca-cliente "alcuni aspetti connessi al grado di alfabetizzazione finanziaria degli individui e al modo in cui i singoli si relazionano con il sistema finanziario, conformemente agli usi e alle abitudini maturate nel proprio Paese d'origine"⁴¹. Il capitolo risulta utile non tanto per comprendere il modo in cui gli istituti bancari italiani si pongono nei confronti di questo potenziale target di clientela, quanto piuttosto per approfondire le caratteristiche tecniche dei principali contratti finanziari islamici, associati di volta in volta alle forme contrattuali occidentali potenzialmente stipulabili.

Tra i contratti Corano-compatibili, vengono approfonditi il *Musharakah* e il *Mudarabah* (contratti di partecipazione degli utili o di ripartizione delle perdite nello svolgimento di un'attività di tipo imprenditoriale e finanziaria); il *Takaful* (il meccanismo assicurativo islamico); il *Ijarah* (l'operazione di leasing); i conti correnti; i fondi comuni islamici e i *Sukuk* (i titoli obbligazionari islamici).

Un successivo capitolo è dedicato alle strategie e agli approcci di marketing adottati dalle istituzioni finanziarie negli Stati Uniti d'America in seguito alla rilevante crescita dimensionale registrata da alcuni gruppi di minoranze etniche, in particolare gli ispanici ed i cinesi-americani. Come ricorda Anna Omarini, sono proprio gli Stati Uniti il Paese in cui si parla da più tempo di esclusione finanziaria. Le iniziative volte ad affrontare questo fenomeno sono molteplici e possono essere raggruppate, da una parte, nelle iniziative di *basic banking* e di soddisfacimento dei bisogni di

⁴¹ F. Maglietta, 2006: pag. 89.

pagamento e, dall'altra nelle iniziative di marketing e insieme di offerta on line di servizi finanziari a favore delle minoranze etniche⁴².

Le prime sono iniziative tendenzialmente riconducibili alla realizzazione di conti correnti caratterizzati da bassi costi mensili e dalla restrizione nell'operatività, e non si differenziano significativamente dalle iniziative in atto in questi anni nel nostro Paese.

Sul versante delle iniziative di marketing risulta interessante l'approfondimento sulle funzioni che il web può assolvere anche in questo contesto. Alcune istituzioni finanziarie sono riuscite a raggiungere gli ispanici-americani attraverso la pubblicità on line, mentre molte aziende hanno aperto un sito informativo che non solo informa i clienti sulle offerte della singola banca, ma che anche li istruisce sulle diverse linee di prodotti. A un stadio ancora iniziale risulta invece l'offerta di servizi on line come, ad esempio, informazioni sul proprio conto, presentazione di nuove polizze assicurative, offerta di operazioni finanziarie on line.

In conclusione, gli autori della ricerca auspicano che le banche cerchino sempre più di adeguare la propria offerta alle esigenze dei migranti, senza tuttavia che questa si trasformi in prodotti "ghetto", e che intendano una volta per tutte i prodotti di *migrant banking* "come strumenti che traghettino la banca verso la costruzione di occasioni di convivenza e di dialogo tra le tante etnie e culture che oramai compongono la società italiana"⁴³. L'offerta di servizi *ad hoc*, rivolti agli immigrati, può essere considerata positivamente se la si intende come una prima - e parziale - risposta del mercato bancario alle istanze di questi interlocutori. Sarebbe tuttavia opportuno ripartire da una prospettiva differente che cerchi di disegnare strategie di segmento e modelli di servizio più rispondenti alle esigenze dei migranti sia in una prospettiva familiare sia in una prospettiva di nuova imprenditoria.

⁴² Cfr. A. Omarini, 2006: pag. 119 e seg..

⁴³ A. Omarini, 2006: pag. 135.

Sodalitas Social Award, (2006), *Il libro d'oro della responsabilità sociale*, Vita, Milano

Sodalitas Social Award è il premio creato da Sodalitas per valorizzare le esperienze di eccellenza di responsabilità sociale d'impresa, giunto ormai alla sua terza edizione. All'interno del "*Libro d'oro della Responsabilità Sociale d'Impresa*" raccoglie le iniziative ritenute più meritevoli, atte a diffondere la Responsabilità Sociale d'Impresa attraverso l'emulazione.

Le aziende candidate (oltre 100) vengono suddivise in sette categorie: rocessi interni aziendali di responsabilità sociale; partnership nella comunità; marketing sociale; finanza socialmente responsabile; piccole e medie imprese; innovazione di prodotto o servizio socialmente o ambientalmente rilevante; premio speciale della giuria.

Per quanto riguarda la categoria "Finanza socialmente responsabile", ben 4 delle 10 iniziative premiate nel giugno 2006 rientrano nel filone del *migrant banking*. Vediamole nel dettaglio.

Il primo premio è andato al *Progetto migranti* della Banca Popolare di Milano, la quale, con una certa preveggenza, lanciò nel 1992 il primo prodotto rivolto agli immigrati. Con la linea *Extraordinario BPM* ha cercato di rendere l'offerta più modulare e completa possibile, analizzando le esigenze degli immigrati che sono strettamente correlate alle fasi d'insediamento degli stessi sul territorio. Il materiale informativo è realizzato in otto lingue oltre all'italiano e anche il sito istituzionale prevede pagine in più lingue dedicate all'offerta.

Presupposto centrale è il fatto che "*i cittadini immigrati hanno bisogni finanziari che crescono al crescere del loro livello di integrazione nella nostra società*⁴⁴". Se in un primo momento l'esigenza principale è l'invio delle rimesse in patria, successivamente sarà la richiesta di un prestito o l'acquisto di un'abitazione.

⁴⁴ Cfr. Sodalitas Social Award (2006): pag. 309.

L'offerta si articola così in varie soluzioni con diversi livelli di costo. Grazie agli accordi che BPM ha stretto con alcune banche estere, è possibile inviare denaro nel Paese d'origine a costi contenuti e in tempi rapidi. Anche per chi non possiede un conto, è disponibile una Carta Prepagata Internazionale che permette di effettuare pagamenti in Italia e all'estero. Sono previsti tre tipi di conto corrente, a costi contenuti e differenziati a seconda dei servizi inclusi.

BPM ha attivato partnership con diversi soggetti: dalle banche straniere alle associazioni (Fondazione San Carlo), dai sindacati ai centri di studio e ricerca.

Dopo essersi posta il problema di come avvicinarsi agli immigrati, la Banca Popolare dell'Emilia Romagna ha lanciato nel 2006 il *Conto World*, il conto dedicato a lavoratori stranieri residenti in Italia, in regola con il permesso di soggiorno e in possesso di un lavoro dipendente stabile. Il pacchetto è stato realizzato nell'ambito del Co.Ba.Po - Consorzio Banche Popolari -, ed è offerto da alcune banche popolari, anche non appartenenti al Gruppo BPER. Il conto comprende la Polizza Conto World (gestita da Europe Assistance), che prevede un rimborso per le spese per il viaggio al Paese d'origine in caso di morte di un familiare stretto e per il trasporto della salma in caso di morte del titolare del conto. Offre inoltre la possibilità di ottenere un prestito personale, una fidejussione bancaria, una carta prepagata ricaricabile, il servizio *Money transfer* di Western Union per l'invio di denaro nel Paese d'origine, la carta Bancomat, un prestito per la scuola, un mutuo casa.

BPER ha deciso di non produrre materiale informativo plurilingue, perché sarebbero gli stessi stranieri a voler parlare italiano; d'altra parte ha predisposto un Glossario dei termini bancari, dei concetti finanziari, il modulo condizioni della polizza, tutti tradotti in dieci lingue, e ha introdotto l'utilizzo di termini semplici e comprensibili nel materiale informativo in lingua italiana. È stato inoltre predisposto, da parte di una mediatrice culturale, un Vademecum per lo sportellista, in cui vengono

illustrate le caratteristiche socio-culturali delle varie etnie e il miglior approccio ad esse.

La banca non ha dedicato sportelli ai lavoratori stranieri, ritenendo preferibile la scelta di offrire Conto World in tutta la rete. Anziché investire massicciamente in campagne pubblicitarie, BPER ha investito in formazione, organizzando un corso di formazione all'interculturalità rivolto agli sportellisti.

Al fine di rispondere all'esigenza d'integrazione dei lavoratori provenienti dai Paesi in via di sviluppo, La Banca Popolare di Sondrio ha realizzato diversi prodotti e servizi che possono essere inquadrati nel modello di business denominato *social banking*.

La Banca ha definito speciali accordi con alcune banche dei Paesi di destinazione, grazie ai quali il servizio *rimesse emigrati* avviene in tempi ristretti e a costi molto competitivi (circa 1/3 di quanto richiesto dai servizi dei money transfer tradizionali). Al servizio di rimesse viene affiancato un servizio integrativo, *WORKinITALY* (lanciato nel 2004), e che prevede un conto corrente destinato ai cittadini extracomunitari, corredato da strumenti e servizi quali operazioni di cambio, acquisto di carte telefoniche, carte di pagamento prepagate. L'offerta è stata completata da interventi organizzativo-strutturali sfociati nell'apertura di due sportelli multi-etnici a Roma e Brescia. I cittadini stranieri possono accedervi direttamente, senza passare attraverso le classiche barriere di controllo delle banche, e vi trovano disponibili un ben definito numero di servizi, appositamente studiati per il loro specifico segmento. A seguito di un accordo con una banca del Senegal, presso i suddetti sportelli, sono stati distaccati dei dipendenti senegalesi.

Nel corso del 2004, sono stati avviati dei seminari presso le maggiori filiali della banca al fine di presentare i prodotti disponibili e di sensibilizzare gli operatori sulle tematiche della migrazione e dell'importanza dell'accesso dei cittadini stranieri ai servizi bancari.

Banca Popolare di Sondrio ha deciso inoltre di investire molto nella componente di comunicazione, sia ad un livello interno sia

organizzando diversi incontri con associazioni di migranti e organizzazioni non governative.

PaschiSenzaFrontiere è un pacchetto (lanciato nell'ottobre del 2005) di prodotti e servizi bancari dedicati agli immigrati che si inserisce nell'ambito di "Consumer-Lab", il laboratorio di confronto e dialogo fra il Gruppo MPS e le maggiori Associazioni di Consumatori italiane costituito con l'obiettivo di individuare e progettare prodotti e servizi destinati a fasce "deboli" di clientela. Il pacchetto si compone di quattro servizi base: conto corrente a condizioni agevolate, prestiti personali fino a 30.000 euro comprensivi di coperture assicurative, mutui con riduzione delle spese di istruttoria e bonifici gratuiti sino a 250 euro verso i Paesi di origine.

Interessante risulta, in particolare, l'opportunità offerta al cliente di operare gratuitamente rimesse verso il Paese di origine, grazie a specifici accordi presi con primarie banche estere corrispondenti. È altresì previsto che le famiglie dell'immigrate, destinatarie dei bonifici, possano accedere a condizioni agevolate ai servizi di conto corrente proposti dalla banca convenzionata, che potrà così incrementare il proprio patrimonio clienti e beneficiare, in termini valutari, dei significativi flussi di rimessa, contribuendo nel contempo al presso di sviluppo socio-economico del proprio Paese.

Il Gruppo MPS effettua specifiche campagne informative rivolte alle funzioni di Direzione Generale e agli addetti alle reti di vendita, e monitora costantemente le attività ed i risultati dell'iniziativa. Tra gli indicatori di apprezzamento dell'iniziativa, spiccano l'aumento di sensibilità e della conoscenza da parte degli operatori di sportello rispetto alle peculiarità dei clienti immigrati e lo sviluppo di iniziative di cooperazione internazionale e di opportunità commerciali nei Paesi di origine.

Banca MPS ha inoltre costituito di recente (gennaio 2006) una Società denominata "*Microcredito di Solidarietà S.p.A.*", che eroga micro-crediti a tassi contenuti (4% previsto nel primo anno di esercizio). Il progetto, rivolto indifferentemente alle fasce "deboli", mira al superamento del tradizionale modello di

relazione tra mondo del volontariato e sistema bancario (che si sostanzia nell'erogazione di prestiti assistiti da fondi di garanzia), per approdare ad una vera e propria forma di governance congiunta dei processi di microfinanza. I principali azionisti della Società sono: Banca MPS (40%), Provincia di Siena (15%), Comune di Siena (15%), e le tre principali Associazioni di Volontariato del territorio (10%).

José Luis Rhi-Sausi e Gianna Zupi (a cura di) (2006), La bancarizzazione dei "nuovi italiani", Strategie e prodotti delle banche per l'inclusione finanziaria, Bancaria Editrice, Roma.

La ricerca nasce per volontà dell'ABI ed in collaborazione con il CeSPI nell'ambito dei lavori del Comitato Nazionale Italiano per il 2005, Anno Internazionale del Microcredito, con l'intenzione di *"definire le dinamiche migratorie, la bancarizzazione e l'inclusione economica e finanziaria, vista anche nelle sue possibili connessioni con la responsabilità sociale delle imprese bancarie"*⁴⁵.

L'interesse per questo tema, ormai da qualche anno fatto oggetto di indagine, va ricercato nella consapevolezza che un tale segmento di popolazione rappresenta una risorsa per la società e per il mercato. Gli immigrati sono oggi una realtà strutturale - circa 3 milioni di persone, che rappresentano il 5% della popolazione - che li rende quanto mai importante la loro integrazione economica nella società e nei relativi meccanismi finanziari.

A questa realtà le banche - secondo quanto afferma Giuseppe Zadra, Direttore Generale ABI - stanno offrendo una pronta risposta, tenuto conto del fatto che, ad oggi, il 60% degli immigrati che vivono in Italia è cliente di una banca e che le previsioni indicano per i flussi di immigrazione ulteriori prospettive di crescita, cui corrisponderanno nuovi servizi bancari e finanziari.

L'obiettivo primo è stato dunque quello di fornire alle banche interessate puntuali riferimenti di scenario, in cui collocare le attività in relazione alle nuove domande da soddisfare.

L'analisi, che ha riguardato un campione di banche che rappresenta il 62,5% degli sportelli in funzione sul territorio nazionale, ha messo in evidenza un meccanismo di sviluppo e di accesso alla banca crescente e concentrato negli ultimi cinque anni e caratterizzato da un'offerta tipo al momento basata su un pacchetto di servizi/prodotti di base: servizi di conto corrente,

⁴⁵ J. L. Rhi-Sausi e G. Zupi 2006: pag. 7.

carte pre-pagate o ricaricabili, servizi legati al trasferimento delle rimesse, credito al consumo.

Il volume testimonia quindi, secondo gli autori, il graduale e continuo processo di avvicinamento tra migranti e banche che consente, a livello micro, l'affermarsi della "cittadinanza economica" per i nuovi soggetti che si relazionano e trattano beni e servizi con la banca e, a livello macro, lo sviluppo di dinamiche di forte impatto economico e sociale, anche nei Paesi di origine.

Sul versante della "clientela migrante", sono due i principali livelli di problematicità per le banche che la ricerca ha individuato. Da una parte vi è il tema della fiducia, di fronte al quale - come commenta Sebastiano Ceschi - le banche "*hanno sentito probabilmente di non avere la conoscenza e l'esperienza sufficiente per padroneggiare queste nuove variabili di rischio ed hanno di conseguenza cercato di tutelarsi aprendo ai migranti quasi sempre solamente il primo livello di servizi bancari*⁴⁶". Dall'altra va individuato il profilo di mercato e le strategie commerciali dell'azienda per avvicinare tale nuova clientela. Le banche hanno per un certo periodo espresso a questo proposito due tendenze, posizionandosi da una parte su una visione "universalista", che tende a equiparare il cliente immigrato a quello italiano, e dall'altra considerando migranti attraverso un'ottica "particolarista", come un segmento di clientela specifico meritevole di un'offerta calibrata ad hoc.

D'altro canto, queste due strategie si stanno trasformando e stanno progressivamente convergendo verso una prospettiva ormai comune alla maggior parte delle banche. Ciò alla luce del fatto che "*i migranti contemporanei esprimono richieste finanziarie che per certi versi sono italiane (cioè identiche al cliente autoctono e basate sulla vita nel nostro Paese), mentre per altri differiscono dalla popolazione nazionale e li connotano come stranieri (perché rimandano ad un luogo altro rispetto a quello di attuale residenza)*...⁴⁷". Si può insomma parlare di comportamenti finanziari a doppio orientamento territoriale, in base ai quali i

⁴⁶ S. Ceschi, in J. L. Rhi-Sausi e G. Zupi 2006: pag. 51.

⁴⁷ J. L. Rhi-Sausi e G. Zupi 2006: pag. 52-53.

migranti contemporanei sono in grado di essere allo stesso tempo "qui" e "lì". Gli individui espatriati mantengono relazioni multiple, che collegano le loro società di origine, quelle di approdo, e spesso anche altre località dove sono presenti altri gruppi di connazionali.

Sarebbero, insomma, queste pratiche transnazionali dei migranti a rimandare a *"una nuova modalità di vivere e gestire le vicende e le identità migratorie e di riorganizzare, a livello pratico come a livello simbolico, appartenenze e istanze di vita connesse alla propria mobilità"*⁴⁸.

La polarizzazione tra banche "universaliste" e banche "particolariste" starebbe insomma lasciando il posto ad un nuovo tipo di distinzione: quella tra *"clienti migranti integrati e stabili... e immigrati di recente arrivo dall'altra"*⁴⁹. Se i primi esprimono bisogni complessi e simili a quelli degli italiani, ai secondi si sta cominciando a rivolgersi attraverso un'azione più mirata, resa possibile da una maggiore esperienza di interazione con la clientela straniera nel corso dell'ultimo quinquennio.

In conclusione, la presente ricerca giunge a mettere in dubbio che, per avvicinare oggi gli immigrati (definiti "cittadini bancari transnazionali"), sia necessario mostrarsi multiculturali e multilingue, suggerendo invece un approccio fondato su strategie pragmatiche e consapevoli, che *"caso per caso indirizzino iniziative mirate ad alcuni gruppi target con i quali esiste un interesse ad entrare in relazione e a superare gli ostacoli di interazione linguistica"*⁵⁰.

Aggiornamento al 20.10.06

⁴⁸ J. L. Rhi-Sausi e G. Zupi 2006: pag. 53.

⁴⁹ J. L. Rhi-Sausi e G. Zupi 2006: pag. 56.

⁵⁰ J. L. Rhi-Sausi e G. Zupi 2006: pag. 57.

capitolo 5 - integrazione bancaria degli immigrati: l'accesso ai servizi bancari secondo gli studi esistenti

Grazie ad Anna Cavalleri per la revisione critica del testo