

Report Interviste Futurae

"Il documento è stato verificato e ottimizzato per garantire l'accessibilità, ad esempio per chi utilizza tecnologie assistive come gli screen reader."

SOMMARIO

Contesto e finalità	4
Nota Metodologica	5
Metodologia	5
Campione e selezione	6
Raccolta dei dati.....	7
Risultati	8
Provenienza	9
Permanenza.....	10
Motivazioni	12
Istruzione.....	15
Difficoltà	17
Imprenditori in famiglia	18
Motivazioni all'apertura.....	19
Difficoltà maggiori per i migranti	21
Modello di Business	24
Tipologia di attività	26
Aziende e dipendenti.....	30
Finanziamenti delle attività	32
Ripartizione per genere e provincia	39
Obiettivi a lungo termine	41
Aree di intervento	44
Utilizzo servizi della Camera di commercio.....	49
Feedback intervista	51
Chiusure attività	54
Conclusioni.....	58

Contesto e finalità

Le interviste sono state realizzate nell'ambito delle attività di monitoraggio e valutazione qualitativa della prima e seconda edizione del progetto Futurae, promosso dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e attuato da Unioncamere e dal sistema delle Camere di commercio.

L'obiettivo principale delle interviste è stato quello di raccogliere testimonianze dirette da parte dei cittadini migranti che hanno preso parte ai percorsi di orientamento, formazione e accompagnamento allo start-up d'impresa, al fine di:

- approfondire le motivazioni e le aspettative che hanno portato alla partecipazione al progetto;
- valutare la percezione dei servizi ricevuti e dell'efficacia delle attività svolte;
- rilevare i principali ostacoli e le opportunità incontrate nel percorso di avvio o consolidamento di un'attività imprenditoriale o di lavoro autonomo;
- individuare buone pratiche e fattori di successo utili per il potenziamento delle azioni nella fase successiva del progetto.

Nota Metodologica

Metodologia

Le interviste sono state condotte in modalità video call (piattaforma Google Meet), telefonica (in caso di impossibilità dell'intervistato a collegarsi al meet) e in alcuni casi sono state compilate autonomamente e inviate via mail al fine di:

- garantire la partecipazione di beneficiari dislocati su diversi territori nazionali, anche al di fuori delle sedi camerali;
- ridurre i costi logistici e consentire una maggiore flessibilità nella programmazione;
- favorire un clima di conversazione informale, in un ambiente familiare per l'intervistato.

Le interviste hanno seguito un format semi-strutturato, con una traccia comune di domande aperte organizzate in quattro aree tematiche principali:

- Profilo personale e percorso migratorio;
- Motivazioni e aspettative rispetto al progetto;
- Esperienza formativa e di accompagnamento;
- Risultati raggiunti e prospettive future.

In aggiunta, l'intervista prevede anche una sezione dedicata a quelle imprese che nel frattempo hanno chiuso l'attività.

Il format ha consentito di mantenere un equilibrio tra comparabilità dei dati e libertà narrativa, lasciando spazio ai partecipanti per esprimere riflessioni personali, raccontare esperienze significative e proporre suggerimenti migliorativi.

Campione e selezione

Il campione degli intervistati è stato composto da partecipanti migranti alla prima e seconda edizione del progetto Futurae, distribuiti per genere, area geografica e tipologia di attività imprenditoriale o autonoma.

La selezione è avvenuta in collaborazione con le Camere di commercio aderenti al progetto che sono: Bari, Cosenza, Crotona, Milano Lodi Monza e Brianza, Modena, Pavia, Reggio Emilia, Roma, Torino, Verona, Venezia Rovigo. Le imprese indicate come campione rispondono ai seguenti criteri:

- effettiva partecipazione ai percorsi del progetto Futurae;
- disponibilità a condividere la propria esperienza;
- diversificazione del background migratorio e del settore di attività economica.

In totale, le aziende che hanno partecipato al progetto Futurae e che sono state inserite nell'universo delle imprese da intervistare sono 122. In seguito ad un contatto via mail e telefonico per invitare le aziende a sottoporsi all'intervista sono state realizzate:

- 71 interviste in totale
- n. 34 interviste alle aziende partecipanti alla prima edizione del progetto (periodo delle interviste: settembre ottobre 2025);
- n. 37 interviste alle aziende partecipanti alla seconda edizione (periodo delle interviste: settembre ottobre 2025).

Va evidenziato che i migranti che si sono resi disponibili all'intervista sono relativi solo alle province di Bari, Cosenza, Milano Lodi Monza e Brianza, Pavia, Roma, Torino, Verona e Venezia Rovigo. Le imprese della Camera Monte Laghi Alto Piemonte non si sono rese disponibili all'intervista, pur avendo l'ente fornito i contatti. all'intervista. Le imprese delle Camere di commercio di Crotona, Modena e Reggio Emilia non sono state coinvolte in quanto le stesse Camere non hanno fornito i loro contatti.

Raccolta dei dati

Le interviste hanno avuto una durata media di 30–45 minuti, i migranti hanno potuto prenotare il loro appuntamento autonomamente tramite Google Calendar.

Le interviste raccolte sono state riportate in un datamap con una metodologia qualitativa di tipo tematico-descrittivo, finalizzata a individuare ricorrenze, criticità e buone pratiche emergenti.

I risultati hanno contribuito alla redazione dei report di monitoraggio qualitativo e alla definizione delle azioni di potenziamento previste nella nuova fase sperimentale del progetto Futurae.

La realizzazione è stata curata da un gruppo di lavoro coordinato da Tina Cherubino, le interviste a cura di: Anna Carla Angileri, Damiano Caforio, Claudio Carlucci, Tina Cherubino, Barbara Ragone, analisi dei dati e redazione del documento a cura di Barbara Ragone.

Risultati

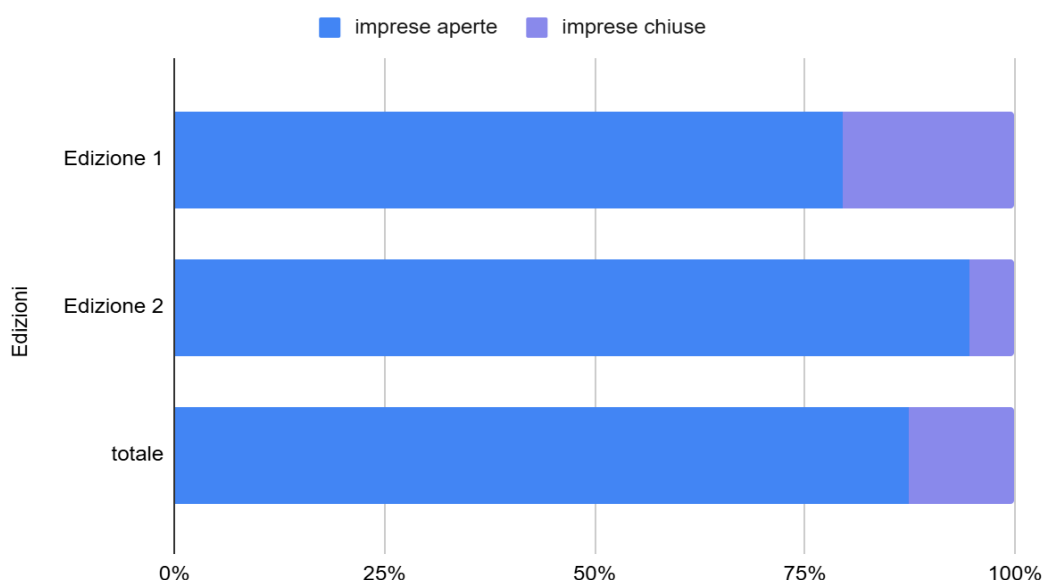
Un'analisi iniziale dei dati del progetto Futurae rivela una dinamica significativa tra le sue due edizioni.

Il grafico a seguire illustra l'andamento delle imprese aperte e chiuse nelle due edizioni del progetto Futurae. La prima edizione (settembre 2019 - febbraio 2022), influenzata dal periodo COVID-19, ha registrato 27 imprese aperte e 7 chiuse. La seconda edizione (marzo 2023 - giugno 2025) mostra un netto miglioramento, con 35 imprese aperte e solo 2 chiuse, riflettendo una ripresa e maggiore stabilità post-pandemica."

- **Prima edizione** (settembre 2019 - febbraio 2022): con 27 imprese aperte e 7 chiuse, questa edizione ha visto un numero significativo di chiusure rispetto alle aperture. Questo periodo coincide in gran parte con l'inizio e la fase più acuta della pandemia, che ha avuto un impatto notevole sull'economia e sulle attività imprenditoriali, soprattutto quelle del settore commercio al dettaglio e all'ingrosso ma anche della ristorazione, portando a maggiori difficoltà operative e finanziarie e a un maggior numero di chiusure.
- **Seconda edizione** (marzo 2023 - giugno 2025): questa edizione evidenzia un trend molto più positivo, con 35 imprese aperte e solo 2 chiuse. Il netto calo delle chiusure e l'aumento delle aperture suggeriscono una ripresa economica e una maggiore stabilità nel periodo post-pandemico, indicando che le condizioni per le nuove imprese sono migliorate e che quelle esistenti hanno affrontato meno difficoltà.

In sintesi, la "questione COVID" sembra aver influenzato negativamente la prima edizione, mentre la seconda edizione, svolgendosi in un contesto più favorevole, mostra una crescita più robusta e una maggiore resilienza delle imprese.

Fig.1 Imprese: apertura e chiusura dell'edizione 1 e edizione 2 di Futurae



Provenienza

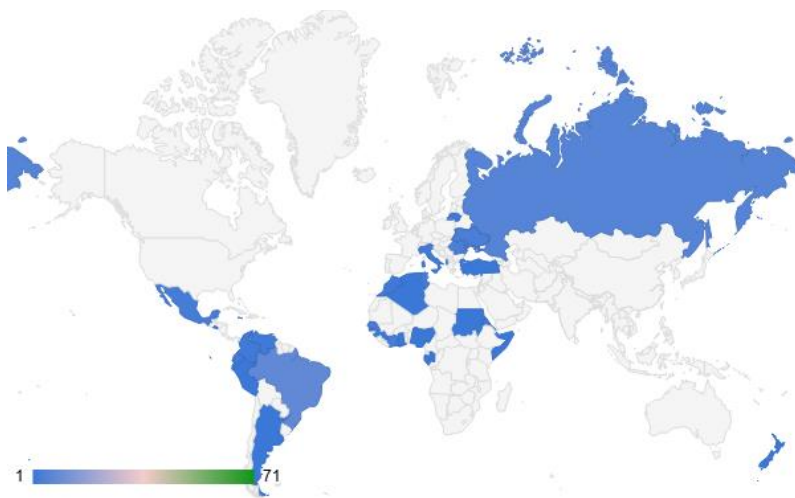
Analizzando i dati forniti sulla provenienza delle imprenditrici e degli imprenditori partecipanti alle due edizioni del progetto Futurae, emerge un quadro interessante sulla distribuzione delle nazionalità. Il totale delle voci elencate è 71.

- **Prevalenza del Brasile:** il Brasile è la nazionalità più rappresentata con 8 unità.
- **Gruppi consistenti:** altri gruppi con una rappresentanza notevole includono l'Albania (5), la Russia (6), la Romania (4) e l'Ucraina (4). Questi numeri indicano una presenza consolidata di queste comunità.
- **Nazionalità con presenza media:** paesi come Messico (3), Moldavia (3), Costa d'Avorio (3), Senegal (3) e Tunisia (3) mostrano una presenza intermedia, contribuendo alla diversità complessiva.
- **Nazionalità con presenza minima:** molti paesi hanno una rappresentanza di 1 o 2 unità (Argentina, Algeria, Colombia, Ecuador, El Salvador, Eritrea, Gabon, Ghana, Giamaica, Guinea, Lituania, Nigeria, Nuova Zelanda, Perù, Somalia, Sudan, Turchia, Venezuela). Questo evidenzia una vasta gamma di origini, anche se con numeri più piccoli per ciascuna.

- **"Italiana Generazione extra"**: la categoria "Italiana Generazione extra" con 2 unità è interessante si riferisce a nati in Italia da genitori migranti con particolare condizione legata alla cittadinanza, suggerendo una complessità nella definizione di "nazionalità" in alcuni contesti.
- **Diversità geografica**: la lista copre un'ampia varietà di continenti, dall'America Latina (Brasile, Argentina, Colombia, Ecuador, Messico, Perù, Venezuela, El Salvador) all'Europa dell'Est (Ucraina, Albania, Romania, Russia, Moldavia, Lituania) all'Africa (Algeria, Costa d'Avorio, Eritrea, Gabon, Ghana, Guinea, Marocco, Nigeria, Senegal, Somalia, Sudan, Tunisia) e all'Oceania (Nuova Zelanda), riflettendo una notevole diversità geografica.

In sintesi, i dati mostrano una comunità multiculturale con una forte componente brasiliana e diversi altri gruppi etnici ben rappresentati, affiancati da numerose nazionalità con una presenza più limitata, contribuendo a un tessuto sociale ricco e variegato.

Fig.2 Origine e provenienza delle imprenditrici e degli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)



Permanenza

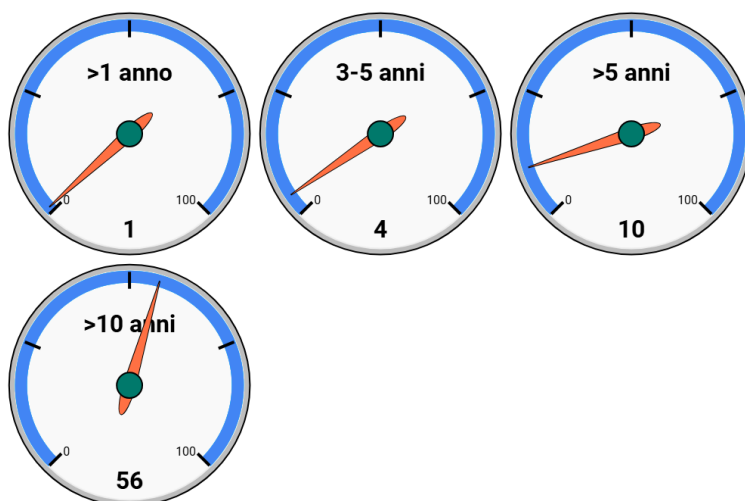
Dall'analisi dei dati sulla permanenza dei migranti in Italia emerge un quadro molto chiaro e particolarmente significativo:

- **Breve permanenza (fino a 1 anno):** solo 1 imprenditore migrante rientra nella categoria di permanenza "maggiore di 1 anno" (sebbene la dicitura ">1 anno" con valore 1 sia un po' ambigua e potrebbe indicare "fino a 1 anno" o "appena oltre 1 anno", la cifra è comunque molto bassa). Questo suggerisce che pochissimi imprenditori migranti sono in attività da un periodo molto breve.
- **Permanenza media (3-5 anni):** la categoria "3-5 anni" conta 4 imprenditori. Questo indica una fase iniziale di consolidamento per un numero limitato di attività.
- **Permanenza consolidata (oltre 5 anni):** il numero di imprenditori che superano i 5 anni di attività sale a 10. Questo è un primo segnale di stabilità e radicamento nel tessuto economico.
- **Lunga permanenza e radicamento (oltre 10 anni):** la categoria più consistente è quella "maggiore di 10 anni", con ben 56 imprenditori. Questo dato è estremamente rilevante e indica che la stragrande maggioranza degli imprenditori migranti ha una permanenza molto lunga, suggerendo un forte radicamento nel territorio.

In sintesi, i dati evidenziano una tendenza marcata verso una permanenza di lungo periodo per gli imprenditori migranti. La maggior parte di essi non solo supera i 5 anni di attività, ma si stabilizza significativamente oltre i 10 anni. Questo indica una forte resilienza, un impegno a lungo termine e un contributo duraturo all'economia locale, suggerendo invece un solido processo di integrazione economica e sociale.

Motivazioni

Fig.3 Tempo di permanenza in Italia delle imprenditrici e degli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)



Osservando i dati sulle motivazioni emerge un quadro chiaro delle principali ragioni che spingono le imprenditrici e gli imprenditori ad avviare in Italia una attività imprenditoriale:

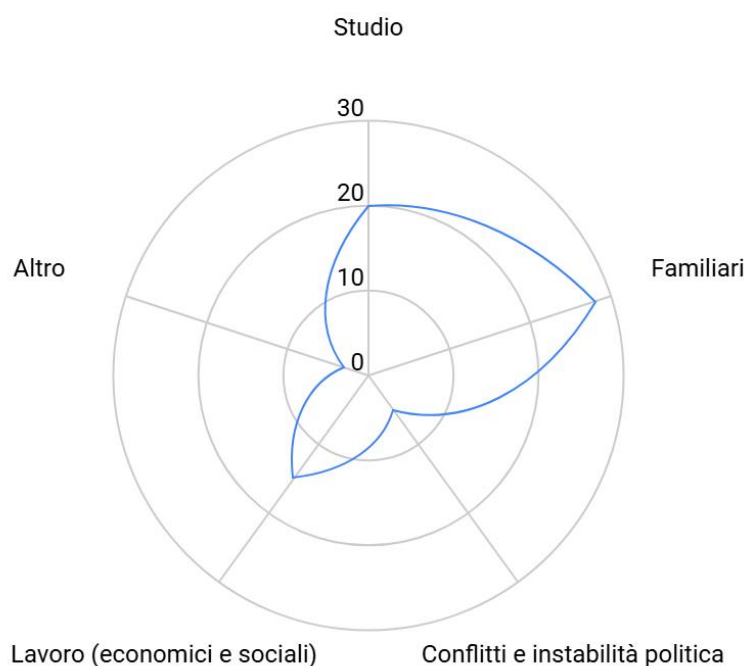
- **Motivazioni familiari (28 risposte):** la categoria più significativa, indicando che i fattori legati alla famiglia sono la spinta principale per un numero considerevole di persone. Questo può includere il desiderio di migliorare le condizioni di vita per i propri cari, ricongiungimenti familiari o il supporto economico verso il paese d'origine. La forte incidenza di questa motivazione sottolinea il ruolo centrale della famiglia nelle decisioni di vita e professionali.
- **Studio (20 risposte):** lo studio rappresenta la seconda motivazione più rilevante. Questo suggerisce un forte desiderio di acquisire nuove competenze, migliorare la propria formazione o accedere a opportunità educative che potrebbero non essere disponibili o accessibili altrove. È un indicatore di un investimento nel proprio futuro e nella crescita personale e professionale.
- **Lavoro (economici e sociali) (15 risposte):** le motivazioni legate al lavoro, sia economiche che sociali, costituiscono un'altra componente importante. Questo include la ricerca di migliori opportunità lavorative, condizioni economiche più vantaggiose, o un ambiente

sociale più favorevole allo sviluppo professionale. Sebbene numericamente inferiore alle motivazioni familiari e di studio, rimane un fattore trainante significativo.

- **Conflitti e instabilità politica (5 risposte):** tale categoria, sebbene meno numerosa, è cruciale per comprendere le sfide e le difficoltà che possono spingere gli individui a cercare stabilità altrove. Le 5 risposte evidenziano l'impatto diretto di situazioni geopolitiche complesse sulle decisioni personali, sottolineando la ricerca di sicurezza e pace.
- **Altro (3 risposte):** la categoria "Altro" con 3 risposte indica che esistono anche motivazioni diverse e più specifiche che non rientrano nelle categorie principali. Questo suggerisce una varietà di fattori individuali che contribuiscono al quadro complessivo.

In sintesi, il grafico mette in evidenza come le motivazioni familiari e di studio siano i principali motori, seguite da quelle legate al lavoro. Le situazioni di conflitto e instabilità politica, pur essendo meno frequenti, rappresentano comunque una motivazione significativa, completando un quadro complesso e variegato delle ragioni che influenzano le scelte degli individui.

Fig.4 Motivazione del trasferimento in Italia delle imprenditrici e degli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)

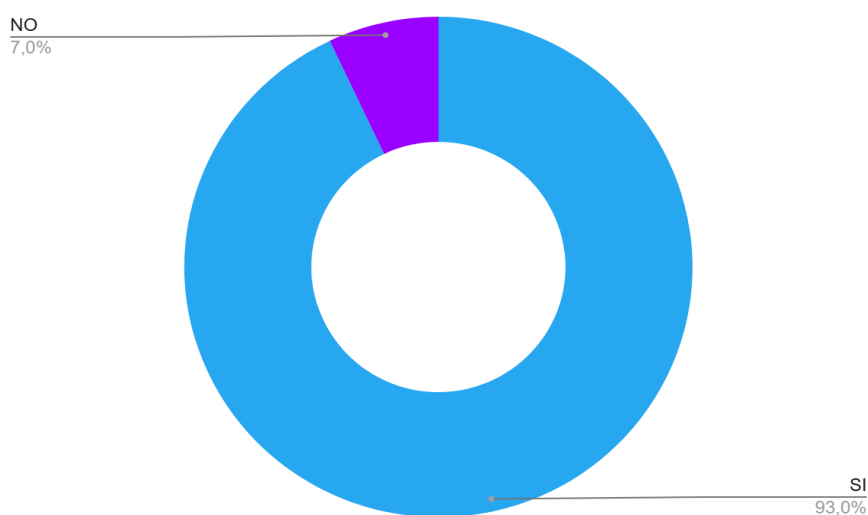


Esaminando i dati forniti riguardo all'Italia come "prima scelta" per gli imprenditori migranti, che totalizzano 71 risposte, emerge un quadro estremamente positivo e significativo:

- **Italia come prima scelta prevalente:** un numero schiacciante di imprenditori migranti, ben 66 su 71, ha indicato l'Italia come la loro prima scelta. Questo dato è molto forte e suggerisce che l'Italia è percepita come una destinazione altamente desiderabile e con opportunità concrete per avviare e sviluppare un'attività imprenditoriale.
- **Bassa percentuale di non scelta:** solo 5 imprenditori hanno risposto "NO", indicando che l'Italia non era la loro prima scelta. Questa percentuale molto bassa rafforza ulteriormente l'idea che, per la maggior parte degli intervistati, l'Italia rappresenta la destinazione preferita per i loro progetti imprenditoriali.
- **Attrattività del contesto italiano:** questi dati possono riflettere diversi fattori che rendono l'Italia attraente, come la presenza di reti familiari o comunitarie, opportunità di mercato specifiche, un ambiente culturale e sociale favorevole o comunque percepito come non escludente.
- **Fiducia nel sistema imprenditoriale:** la preponderanza di "SI" può anche indicare una fiducia nel sistema imprenditoriale italiano.

In sintesi, il grafico evidenzia chiaramente che l'Italia è una destinazione privilegiata e fortemente desiderata dai migranti che poi hanno deciso di avviare anche una attività imprenditoriale. La netta maggioranza di risposte affermative sottolinea un'elevata attrattività del paese come luogo per costruire un futuro anche imprenditoriale, suggerendo un ambiente percepito come accogliente e ricco di opportunità per questa specifica categoria di lavoratori autonomi.

Fig.5. Italia come prima scelta del trasferimento delle imprenditrici e degli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)



Istruzione

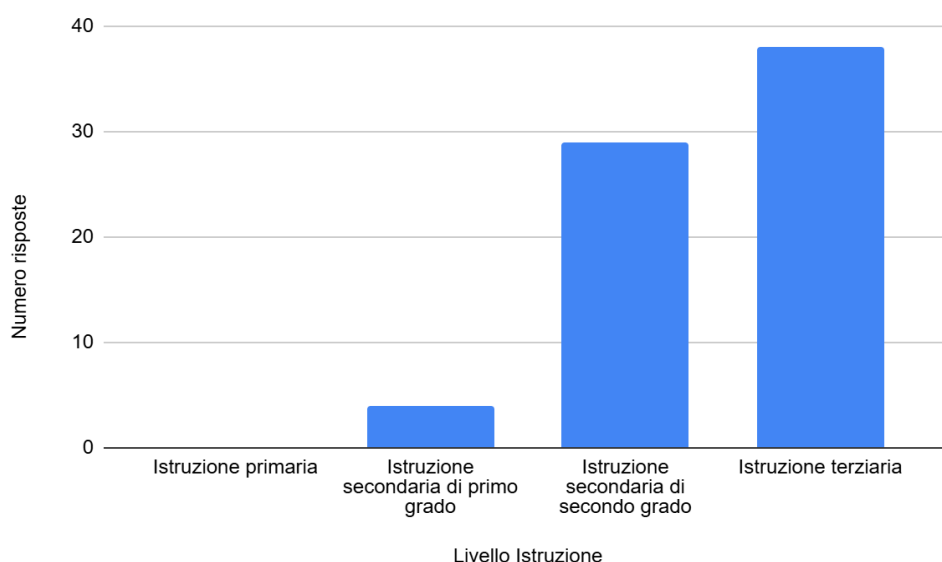
Un ulteriore elemento analizzato riguarda il livello di istruzione. L'analisi dei dati relativi al livello di istruzione degli intervistati rivela un profilo educativo notevolmente elevato tra i migranti interessati all'avvio di impresa. Su un totale di 71 risposte, emerge chiaramente una predominanza di livelli di istruzione superiori, indicando un significativo potenziale intellettuale e formativo all'interno di questa coorte.

- **Istruzione primaria:** l'assenza di risposte (0) a questo livello suggerisce che il target del progetto è composto da individui con un background educativo minimo che supera la scuola primaria. Questo è un indicatore positivo, in quanto un'istruzione di base più solida può facilitare l'apprendimento di nuove competenze legati all'imprenditorialità.
- **Istruzione secondaria di primo grado:** solo 4 risposte rientrano in questa categoria, confermando la tendenza verso livelli di istruzione più elevati. Sebbene una piccola percentuale abbia completato solo la scuola media, è fondamentale considerare che anche questi individui possono possedere esperienze pratiche e motivazioni forti per l'imprenditoria, che possono essere valorizzate attraverso percorsi formativi mirati.

- **Istruzione secondaria di secondo grado:** con 29 risposte, questo livello rappresenta una quota significativa degli intervistati. La presenza di diplomati è un punto di forza, poiché questi individui hanno già acquisito competenze trasversali e specifiche che possono essere direttamente applicabili nel contesto imprenditoriale. La loro formazione li rende probabilmente più autonomi nell'apprendimento e nella risoluzione dei problemi.
- **Istruzione terziaria:** il dato più rilevante è rappresentato dalle 38 risposte a livello di istruzione terziaria, che costituiscono la maggioranza assoluta degli intervistati. Questo indica che una parte consistente dei migranti coinvolti nel progetto possiede lauree o titoli equivalenti. Tale profilo è estremamente vantaggioso per l'avvio di impresa, in quanto i laureati tendono ad avere:
 - Capacità analitiche e critiche
 - Conoscenze specialistiche
 - Maggiore resilienza e adattabilità
 - Potenziale di networking

In conclusione, i dati sull'istruzione evidenziano un'opportunità significativa per il progetto Futuræ di supportare la creazione di imprese solide e innovative, guidate da migranti con un notevole capitale umano.

Fig.6 Livello di istruzione delle imprenditrici e degli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)



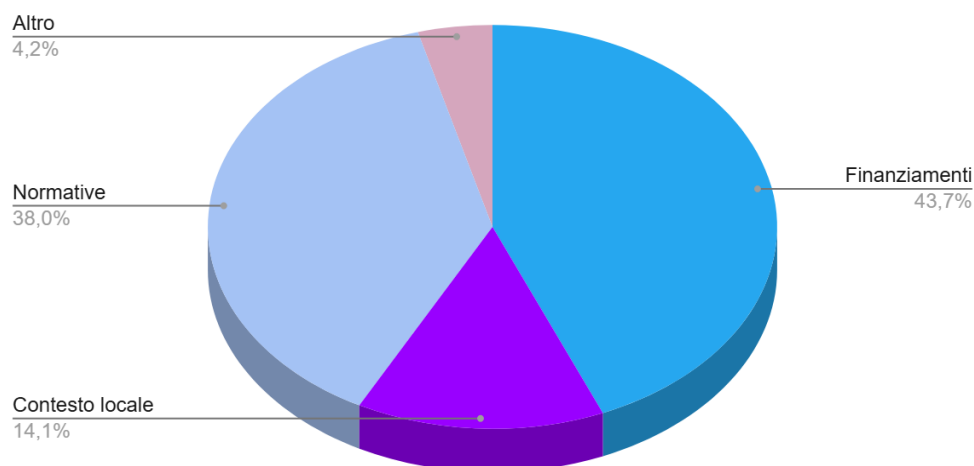
Difficoltà

Le principali difficoltà incontrate dagli imprenditori migranti nell'apertura di un'impresa, secondo i dati forniti, sono le seguenti:

- **Finanziamenti:** questa è la difficoltà più significativa, con 31 risposte. Il dato suggerisce che l'accesso ai capitali e ai prestiti rappresenta un ostacolo importante per i migranti che desiderano avviare un'attività.
- **Normative:** le normative complesse o poco chiare sono state indicate da 27 risposte, evidenziando la necessità di maggiore chiarezza e supporto nella comprensione delle leggi e dei regolamenti.
- **Contesto locale:** con 10 risposte, il contesto locale rappresenta una difficoltà minore ma comunque presente, probabilmente legata alla conoscenza del mercato, delle reti e delle specificità del territorio.
- **Altro:** un numero esiguo di risposte (3) rientra nella categoria "Altro", indicando che ci sono anche altre sfide meno comuni.

In sintesi, le difficoltà finanziarie e normative emergono come i principali ostacoli, evidenziando la necessità di politiche e programmi di supporto mirati che facilitino l'accesso al credito e forniscano assistenza nella navigazione del quadro legale e burocratico.

Fig.7 Principali difficoltà incontrate nell'avvio di impresa per le imprenditrici e gli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)



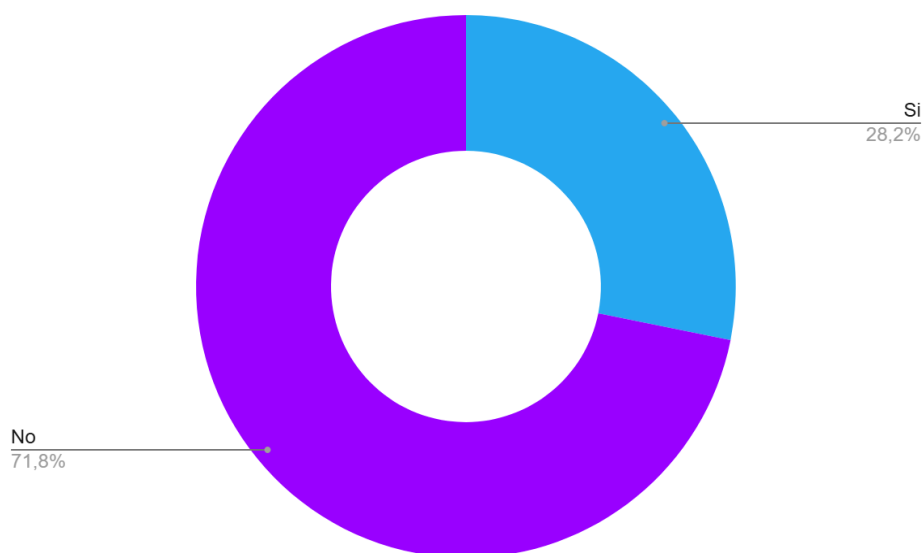
Imprenditori in famiglia

Osservando i dati sulla presenza di genitori/familiari (nonni) imprenditori tra i migranti, emerge quanto segue:

- **20 risposte "Sì"**: un numero limitato di imprenditori migranti (20) ha alle spalle una storia familiare di imprenditoria. Questo potrebbe indicare che, per una parte di questi, l'esperienza imprenditoriale è stata tramandata o che hanno avuto un modello di riferimento all'interno della famiglia.
- **51 risposte "No"**: la maggioranza degli imprenditori migranti (51) non proviene da un contesto familiare con precedenti esperienze imprenditoriali. Questo suggerisce che per la maggior parte di loro, l'avvio di un'impresa rappresenta un percorso nuovo, intrapreso senza un background familiare diretto nel settore.

In sintesi, i dati indicano che la maggior parte degli imprenditori migranti si avventura nel mondo dell'imprenditoria senza avere una tradizione familiare in tal senso, il che potrebbe rendere il loro percorso ancora più sfidante e meritevole di supporto specifico.

Fig.8 Presenza di genitori (nonni) imprenditori per le imprenditrici e gli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2)



Motivazioni all'apertura

L'analisi delle motivazioni che spingono gli imprenditori migranti ad avviare un'attività in Italia, emerse dalle interviste del progetto Futurae, rivela un panorama complesso ma coerente, dominato da un forte senso di vocazione e dalla necessità di rispondere a bisogni concreti. Su un totale di 71 risposte, i dati si distribuiscono come segue:

- **Vocazione (36 risposte):** questa categoria emerge come la motivazione principale, raccogliendo la maggioranza assoluta delle risposte. Il termine "vocazione" suggerisce una profonda inclinazione personale, un desiderio intrinseco di intraprendere e di realizzare un'idea o un progetto. Questo dato è estremamente significativo, poiché indica che molti imprenditori migranti non sono spinti solo da fattori esterni, ma da una vera e propria passione e da una visione chiara del proprio futuro professionale. Una vocazione forte è

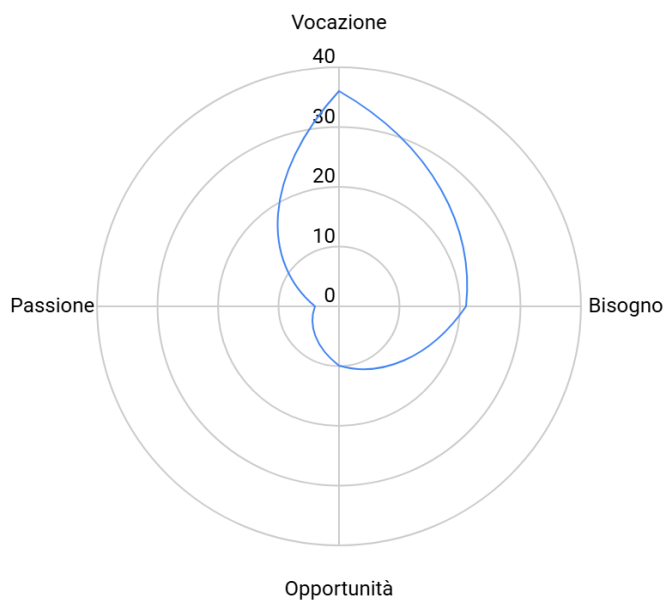
spesso correlata a una maggiore resilienza, persistenza e impegno, qualità fondamentali per superare le sfide iniziali e garantire la sostenibilità dell'impresa.

- **Bisogno (21 risposte):** la motivazione legata al "bisogno" si posiziona al secondo posto. Questo può includere la necessità di trovare un'occupazione, di migliorare le proprie condizioni economiche o di superare barriere all'ingresso nel mercato del lavoro tradizionale. Sebbene possa sembrare una motivazione meno "nobile" della vocazione, il bisogno è un potente motore che spinge all'azione e all'innovazione. Spesso, la combinazione di bisogno e vocazione può generare un'energia imprenditoriale particolarmente efficace, dove la spinta alla sopravvivenza si unisce al desiderio di realizzare un progetto significativo.
- **Opportunità (10 risposte):** la percezione di un'opportunità di mercato o di un gap da colmare si attesta come la terza motivazione. Questo indica una capacità di osservazione e di analisi del contesto economico italiano, dove gli imprenditori migranti riescono a identificare spazi per nuovi servizi o prodotti. Le opportunità possono derivare da nicchie di mercato non ancora esplorate, dalla domanda di determinati prodotti o specifici per determinate comunità, o dalla capacità di offrire servizi a costi competitivi. Sebbene meno preponderante rispetto a vocazione e bisogno, la capacità di cogliere opportunità è un segno di acume imprenditoriale.
- **Passione (4 risposte):** sebbene la "passione" possa sembrare in parte sovrapponibile alla vocazione, in questo contesto sembra rappresentare un'ulteriore sfumatura, forse più legata a un interesse specifico per un settore o un'attività. Il numero relativamente basso di risposte in questa categoria potrebbe indicare che la vocazione, intesa in senso più ampio come spinta all'imprenditorialità, ingloba già gran parte di ciò che si intende per passione. Tuttavia, la passione rimane un elemento cruciale per mantenere alta la motivazione e la dedizione nel lungo termine.

I dati suggeriscono che l'imprenditoria migrante in Italia è fortemente radicata in motivazioni intrinseche e personali, con la vocazione che gioca un ruolo preponderante. Questo è un fattore

positivo, poiché le imprese nate da una forte spinta interiore tendono ad essere più resilienti e innovative. Il "bisogno" agisce come un catalizzatore, spingendo all'azione e alla ricerca di soluzioni autonome.

Fig.9 Motivazione all'apertura di una attività imprenditoriale in Italia per le imprenditrici e gli imprenditori di Futuræ (edizione 1 e 2)



Difficoltà maggiori per i migranti

Alla domanda se gli imprenditori migranti hanno più difficoltà rispetto agli imprenditori italiani:

- **40 intervistati hanno risposto "Sì"**, indicando che gli imprenditori migranti incontrano più difficoltà rispetto agli imprenditori italiani.
- **31 intervistati hanno risposto "No"**, suggerendo che non percepiscono maggiori difficoltà rispetto ai loro colleghi italiani.

Questo risultato, con un 56.3% di risposte affermative contro un 43.7% di risposte negative, evidenzia una percezione prevalente, seppur non schiacciante, di maggiori difficoltà per gli imprenditori migranti.

Percezione di Maggiori Difficoltà (Sì - 40 risposte):

- **Barriere linguistiche e culturali:** gli imprenditori migranti possono affrontare sfide legate alla lingua e alla comprensione delle sfumature culturali del contesto economico locale. Questo può ostacolare la comunicazione con fornitori, clienti, banche e istituzioni.
- **Accesso a reti e informazioni:** la mancanza di reti sociali e professionali consolidate può rendere più difficile l'accesso a informazioni cruciali sul mercato, opportunità di finanziamento e supporto imprenditoriale. Gli imprenditori italiani, in genere, beneficiano di reti preesistenti.
- **Burocrazia e normative:** come detto in precedenza, la complessità delle normative e della burocrazia italiana può essere particolarmente onerosa per chi non ha familiarità con il sistema, richiedendo tempo e risorse aggiuntive per la conformità.
- **Accesso al credito:** la difficoltà nell'ottenere finanziamenti è una delle sfide più citate. Questo può essere dovuto alla mancanza di una storia creditizia nel paese ospitante, alla scarsa conoscenza dei meccanismi bancari o a pregiudizi da parte degli istituti di credito.
- **Discriminazione o pregiudizi:** sebbene non esplicitamente misurato da questi dati, la possibilità di affrontare forme di discriminazione o pregiudizi, anche inconsci, può aggiungere un ulteriore livello di difficoltà nell'accesso a risorse, opportunità e nella creazione di partnership.
- **Assenza di maggiori difficoltà (No - 31 risposte):**
- **Resilienza e motivazione:** gli imprenditori migranti spesso possiedono una forte resilienza, determinazione e motivazione, avendo già superato sfide significative nel loro percorso migratorio. Queste qualità possono aiutarli a superare gli ostacoli imprenditoriali.
- **Vantaggi competitivi specifici:** alcuni migranti possono portare con sé competenze uniche, conoscenze di mercati esteri o la capacità di intercettare nicchie di mercato legate alla propria comunità di origine, trasformando la loro esperienza in un vantaggio competitivo.
- **Programmi di supporto specifici:** l'esistenza di programmi di supporto come Futurae, enti come le Camere di commercio, associazioni di categoria o iniziative dedicate

all'imprenditoria migrante di altri enti come le Regioni potrebbe aver aiutato alcuni a superare le difficoltà iniziali, allineando le loro opportunità a quelle degli imprenditori italiani.

- **Integrazione riuscita:** un'integrazione più avanzata nel tessuto sociale ed economico può ridurre le differenze percepite, permettendo agli imprenditori migranti di operare con pari condizioni.

Il fatto che il "Sì" superi il "No" indica che, per la maggior parte degli intervistati, l'essere un imprenditore migrante comporta effettivamente delle sfide aggiuntive. Tuttavia, la percentuale significativa di "No" suggerisce che queste difficoltà non sono universali e che una parte degli imprenditori migranti riesce a navigare il contesto italiano senza percepire svantaggi sostanziali rispetto ai colleghi italiani.

Questo dato sottolinea l'importanza di politiche e interventi mirati che possano ridurre le barriere specifiche per gli imprenditori migranti, come l'accesso facilitato al credito, un supporto informativo e formativo sulla burocrazia e la creazione di reti di mentoring. Allo stesso tempo, è fondamentale valorizzare la capacità di resistenza e le competenze uniche che gli imprenditori migranti portano con sé, riconoscendoli come una risorsa preziosa per l'economia.

Modello di Business

Fig.10 Se le imprenditrici e gli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2) hanno adattato il loro modello di business al mercato locale



I dati mostrano che:

- **38 intervistati (53.5%) hanno risposto "Sì"**, indicando di aver adattato il proprio modello di business al mercato locale.
- **33 intervistati (46.5%) hanno risposto "No"**, suggerendo di non aver adattato il proprio modello di business.

Questo risultato, con un 53.5% di risposte affermative contro un 46.5% di risposte negative, indica una leggera prevalenza di imprenditori migranti che hanno adattato il loro modello di business, ma anche una quota significativa che non lo ha fatto.

- **1. Adattamento del modello di business (Sì - 38 risposte):**
Necessità di competitività: l'adattamento è spesso una strategia essenziale per la sopravvivenza e il successo in un nuovo mercato. Gli imprenditori che hanno modificato il loro modello potrebbero aver riconosciuto la necessità di allineare prodotti, servizi, strategie di prezzo o canali di distribuzione alle specificità e alle aspettative dei consumatori locali.
- **Apprendimento e flessibilità:** questi imprenditori dimostrano una capacità di apprendimento e una flessibilità notevoli. Hanno probabilmente investito tempo nella ricerca di mercato, nell'osservazione dei concorrenti e nell'ascolto dei feedback dei clienti per affinare la loro offerta.

- **Integrazione e rilevanza:** l'adattamento può portare a una maggiore integrazione nel tessuto economico locale, rendendo l'impresa più rilevante e attraente per la clientela autoctona, oltre che per la propria comunità di riferimento.
- **Superamento delle barriere:** adattare il modello di business può anche significare superare barriere culturali o di gusto, trasformando un'idea originaria in qualcosa che risuona meglio con il contesto locale.
- **2. Mancato adattamento del modello di business (No - 33 risposte):**
 - **Fiducia nel modello originale:** alcuni imprenditori potrebbero avere una forte fiducia nel loro modello di business originario, ritenendolo universalmente valido o adatto a una nicchia specifica (ad esempio, servizi o prodotti di importazione dai loro paesi di origine rivolti alla propria comunità o a chi cerca autenticità).
 - **Difficoltà o mancanza di risorse:** l'adattamento richiede risorse (tempo, denaro, competenze di marketing e ricerca). Gli imprenditori che non hanno adattato il loro modello potrebbero aver incontrato difficoltà nel reperire queste risorse o nella comprensione di come effettuare tali modifiche.
 - **Mancanza di consapevolezza:** in alcuni casi, potrebbe esserci una minore consapevolezza dell'importanza dell'adattamento o una sottovalutazione delle differenze tra il mercato di origine e quello locale.
 - **Nicchie specifiche:** come accennato in precedenza, alcuni modelli di business potrebbero non richiedere un adattamento radicale se si rivolgono a una nicchia di mercato ben definita che apprezza l'offerta nella sua forma originale.

Il fatto che quasi la metà degli imprenditori non abbia adattato il proprio modello di business suggerisce che non esiste un approccio unico e che le ragioni possono essere molteplici, dalla strategia consapevole alla mancanza di risorse o consapevolezza.

Tuttavia, la leggera maggioranza che ha adattato il proprio modello evidenzia l'importanza di questa pratica per molti imprenditori migranti che cercano di prosperare in un nuovo ambiente. Questo dato sottolinea l'utilità di programmi di supporto che offrano consulenza sull'analisi di mercato, sulla pianificazione strategica e sull'adattamento del modello di business, per aiutare gli imprenditori migranti a massimizzare le loro possibilità di successo nel contesto locale.

Tipologia di attività

Per quanto riguarda la tipologia di attività avviate dagli imprenditori migranti del progetto Futuræ (I e II edizione) si è cercato di ripartirle nella tabella come segue:

Tab.1 Tabella sinottica dei settori e delle sottocategorie delle attività delle imprenditrici e gli imprenditori di Futuræ (edizione 1 e 2) (settori e numero di attività e peso del settore e sottosettori)

Bari (14 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Ristorazione/Turismo	Ristoranti etnici, cucina brasiliana, semi-ricettivo	3	21,40%
Enogastronomia	Enoteca, export vino	1	7,10%
Commercio/Moda	Sartoria, abbigliamento sartoriale	2	14,30%
Servizi alla persona	Centro massaggi	1	7,10%
Servizi digitali	Siti web	1	7,10%
Import/export	Frutta esotica, export Sud America	2	14,30%
Formazione	Scuola inglese	1	7,10%
Milano (17 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Alimentare	Polli Halal, Panificio italo-brasiliano	2	11,80%
Commercio / Retail	Calzolaio, prodotti sfusi	2	11,80%
Commercio digitale/E-commerce	Artigianato Latam, streetwear, tessili yoga, enogastronomia	4	23,50%
Servizi alla persona	Centro estetico, toelettatura animali	2	11,80%
Servizi digitali / Aziendali	Social media IA, studi di mercato	2	11,80%
Internazionalizzazione	Intermediazione Italia-Brasile	1	5,90%
Ristorazione	Ristorante brasiliano	1	5,90%
Immobiliare	Agenzia	1	5,90%
Tecnico / Artigianato	Ciclofficina	1	5,90%
Pavia (10 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Alimentare	Ortofrutta, dolciario, gelateria	3	30%
Commercio / Moda	E-commerce abbigliamento	1	10%
Servizi alla persona	Parrucchiera, assistenza anziani	3	30%
Formazione / Assistenza sociale	Associazione inclusione	1	10%
Ristorazione	Bar, gelateria, ristorante	1	10%
Pulizie	Impresa	1	10%
Roma (12 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Turismo / Ricettivo	Agenzia viaggi, affittacamere	2	16,70%
Alimentare / Agricoltura	Azienda agricola bio	1	8,30%

Artigianato / Produzione	Pastificio	1	8,30%
Commercio	Tessile, make-up	2	16,70%
Servizi professionali	Grafica, pratiche	2	16,70%
Benessere / Estetica	Centro dimagrimento/prevenzione	1	8,30%
Auto	Vendita auto franchising	1	8,30%
Turismo semi-ricettivo	Attività semi-ricettiva	1	8,30%
Torino (8 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Alimentare	Panetteria/rosticceria, Al Chile	2	25%
Ristorazione	Ristorante etnico	1	12,50%
Assistenza / Servizi alla persona	Casa famiglia	1	12,50%
Educazione	Gioco educativo bambini	1	12,50%
Pulizie / Servizi	Pulizie	1	12,50%
Cooperazione	Cooperativa	1	12,50%
Verona (8 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Commercio / E-commerce	Artigianato/accessori	2	25%
Alimentare	Wine shop	1	12,50%
Artigianato / Sartoria	Sartoria	1	12,50%
Tecnico / Trasporti	Termoidraulica, trasporto	2	25%
Innovazione	Startup scienze della vita	1	12,50%
Venezia – Rovigo (3 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Marketing / Comunicazione	Agenzia web / comunicazione	2	66,70%
Servizi socioassistenziali	Assistenza domiciliare anziani	1	33,30%
Cosenza (2 attività totali)			
Settore	Sottosettori	N. attività	Peso settore %
Import / Agrifood	Gomma arabica	1	50%
Servizi	Agenzia pratiche	1	50%

L'analisi di queste risposte aperte fornisce un quadro variegato dell'imprenditoria migrante coinvolta nel progetto Futurae. La tabella offre un interessante spaccato della distribuzione delle attività imprenditoriali in diverse città italiane, evidenziando come i profili economici differiscano significativamente in base alle caratteristiche territoriali e al ruolo della città stessa.

1. **Differenziazione territoriale** i dati mostrano chiare specializzazioni:
 - **Poli economici e digitali (Milano):** Milano, con il maggior numero di attività totali (17), presenta un profilo estremamente diversificato e proiettato verso il futuro. Il settore dominante è il commercio digitale/e-commerce (23,5%), seguito da una pluralità di settori come alimentare, servizi alla persona e servizi digitali/aziendali. La forte presenza di attività legate all'internazionalizzazione (intermediazione Italia-Brasile, artigianato Latam) e all'etnicità (polli Halal, panificio italo-brasiliano) riflette il ruolo di Milano come hub finanziario e crocevia internazionale.
 - **Capitali e grandi città con vocazione storica (Roma e Bari):** Roma vede una concentrazione nei settori legati al suo ruolo di capitale e polo turistico: turismo/ricettivo, commercio e servizi professionali sono i più rilevanti (16,7% ciascuno). Bari si distingue per un'enfasi su ristorazione/turismo (21,4%) e import/export (14,3%), indicando un'economia legata al Mediterraneo e alla logistica, con una notevole presenza di ristoranti etnici.
 - **Centri provinciali e industriali (Pavia, Torino, Verona)** queste città mostrano un focus maggiore sui servizi essenziali e sull'economia locale: Pavia è dominata in egual misura da alimentare e servizi alla persona (30% ciascuno), un profilo tipico di un centro che soddisfa principalmente la domanda interna (ortofrutta, parrucchiera, assistenza anziani). Torino ha una quota significativa nel settore alimentare (25%) e mantiene una diversificazione in settori di servizio come ristorazione, assistenza e pulizie. Verona si specializza in commercio/ e-commerce e tecnico/trasporti (25% ciascuno), un dato che ne sottolinea la posizione strategica come snodo logistico e commerciale, con una nota di interesse nell'innovazione (Startup bioresearch).
 - **Campioni ridotti (Venezia-Rovigo e Cosenza):** i campioni limitati (3 e 2 attività) suggeriscono specializzazioni specifiche. Venezia-Rovigo, ad esempio, mostra una netta prevalenza nel

marketing/comunicazione (66,7%), forse indicativa di una crescita nel settore dei servizi digitali.

2. **Relazione su scala nazionale** nonostante la limitatezza del campione in termini di numero di città, emergono alcune tendenze che potrebbero riflettere dinamiche a scala nazionale:

- **la spinta della digitalizzazione:** il settore del commercio digitale/e-commerce è dominante a Milano e ben rappresentato in altre aree. Questo è un indicatore forte di come la digitalizzazione stia permeando il tessuto imprenditoriale italiano, soprattutto nei centri più dinamici.
- **La base dell'economia locale:** i settori dell'alimentare e dei servizi alla persona sono trasversali e consistenti (Pavia, Torino, Milano, Roma), confermando che la domanda di beni essenziali e di servizi alla persona rimane un pilastro stabile e cruciale dell'economia nazionale.
- **internazionalizzazione e multiculturalismo:** la presenza di attività legate a culture diverse (cucina brasiliana, Polli Halal, Artigianato Latam) e al commercio internazionale sottolinea la crescente apertura del mercato italiano e l'adattamento del tessuto imprenditoriale alle nuove composizioni demografiche e ai flussi globali.

In sintesi, la tabella dipinge un'Italia a più velocità: con il nord in testa per dinamismo e proiezione internazionale (Milano), le grandi città con profili ancorati alle loro vocazioni storiche (Roma, Bari) e una diffusa capillarità di attività legate alla sostenibilità della vita locale (alimentare e servizi alla persona). In sostanza, la distribuzione settoriale delle attività, sebbene rappresentata in piccolo dal campione di città, **evidenzia una dinamica imprenditoriale che si sta rapidamente evolvendo e diversificando a livello nazionale**. Supportare questo tessuto imprenditoriale significa non solo **favorire l'integrazione economica nei mercati locali, ma anche arricchire il tessuto produttivo italiano, soprattutto nei settori digitali e di nicchia, con nuove competenze, idee e connessioni verso l'economia globale**.

Aziende e dipendenti

Il dato più evidente è che la stragrande maggioranza delle attività (63 su 71, ovvero circa l'88.7%) non ha dipendenti. Questo suggerisce che l'imprenditoria migrante, almeno nel campione analizzato, è prevalentemente caratterizzata da:

- **Autoimpiego:** molti migranti avviano attività come forma di auto-impiego, dove l'imprenditore stesso è l'unica forza lavoro. Questo può essere dovuto alla difficoltà di trovare un impiego dipendente, alla volontà di essere autonomi o alla necessità di creare il proprio lavoro.
- **Microimprese:** si tratta di imprese molto piccole, spesso individuali o a conduzione familiare, che non hanno ancora raggiunto una scala tale da richiedere l'assunzione di personale.
- **Esigua barriera all'ingresso:** le attività che non richiedono dipendenti possono avere costi di avvio e di gestione inferiori, rendendole più accessibili per chi dispone di capitali limitati.
- **Settori specifici:** alcuni settori, come i servizi alla persona (es. parrucchieri, calzolai, grafici freelance), il commercio al dettaglio molto piccolo o la ristorazione con un'offerta limitata, si prestano a una gestione senza dipendenti.

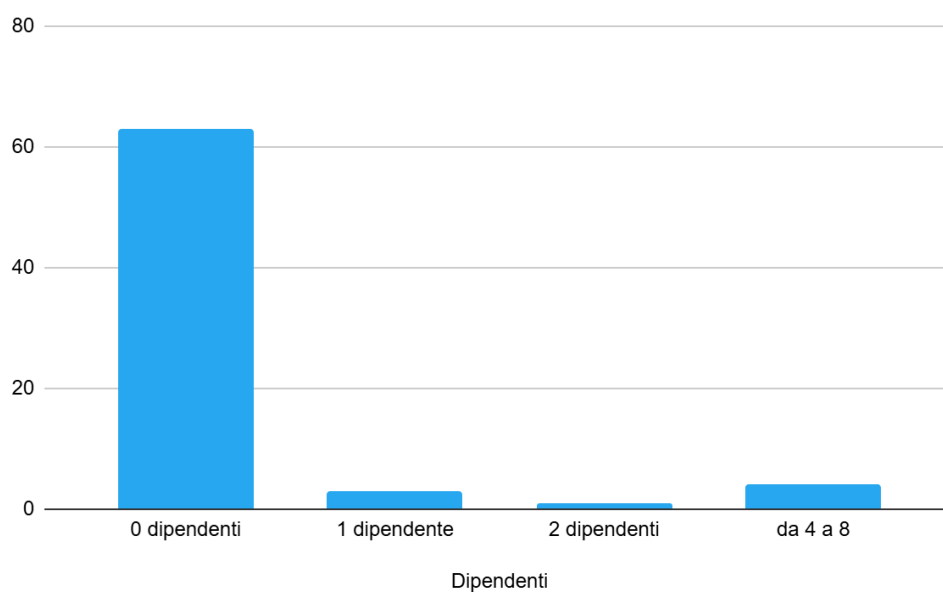
Poche attività con un numero limitato di dipendenti (1, 2, da 4 a 8 dipendenti - 8 attività): solo una piccola percentuale di attività (8 su 71, circa l'11.3%) impiega dipendenti, e anche in questi casi il numero è generalmente basso:

- **Fase di crescita iniziale:** le attività con 1 o 2 dipendenti potrebbero essere in una fase iniziale di crescita, dove l'imprenditore ha assunto un aiuto per espandere le operazioni o delegare alcune mansioni.
- **Necessità specifiche:** alcune attività, per loro natura, richiedono un minimo di personale aggiuntivo.
- **Difficoltà di assunzione:** l'assunzione di dipendenti comporta costi e complessità burocratiche che possono rappresentare un ostacolo significativo, soprattutto per i nuovi imprenditori o per chi ha meno familiarità con il sistema italiano.

I dati suggeriscono che l'imprenditoria migrante in Italia, nel contesto del progetto Futurae, è dominata da microimprese e forme di autoimpiego. Questo può essere sia una strategia di ingresso nel mercato del lavoro che una risposta alle difficoltà nell'accesso al capitale e alla complessità burocratica legata all'assunzione di personale.

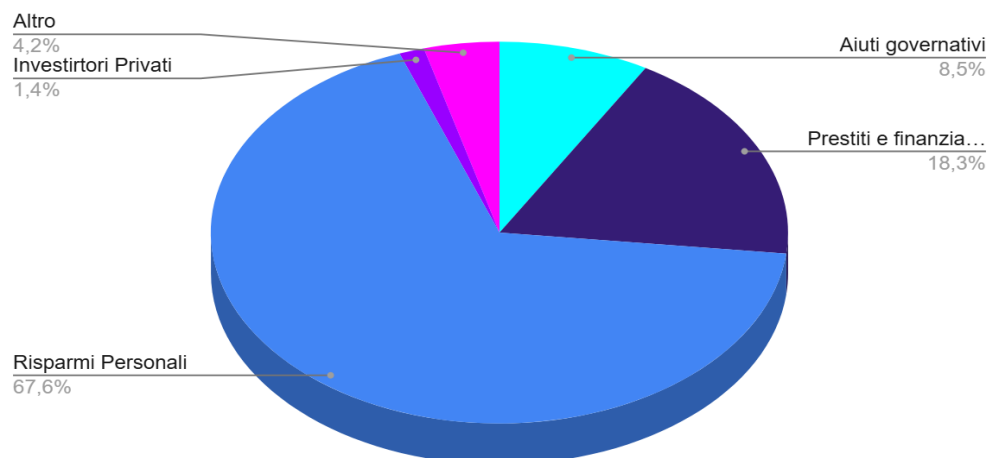
La prevalenza di attività senza dipendenti può indicare una forte resilienza e autonomia da parte degli imprenditori migranti, ma anche la necessità di supporti mirati per aiutarli ad ampliare le loro attività e a creare di conseguenza occupazione.

Fig.11 Se le imprenditrici e gli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2) hanno dipendenti



Finanziamenti delle attività

Fig.12 Come le imprenditrici e gli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2) hanno finanziato la loro attività



In merito alla domanda su come gli intervistati che hanno partecipato al progetto Futurae hanno finanziato la loro attività di seguito le risposte:

- **Predominanza dei risparmi personali (48 risposte):** il dato più eclatante è che la stragrande maggioranza degli imprenditori migranti (48 su 71, ovvero circa il 67.6%) ha finanziato la propria attività utilizzando i propri risparmi personali. Questo indica diverse tendenze:
 - **Forte autonomia e forza d'animo:** gli imprenditori migranti dimostrano una notevole capacità di autofinanziamento, spesso frutto di anni di lavoro e sacrifici. Questo evidenzia una forte determinazione e la volontà di investire risorse proprie nel proprio progetto.
 - **Difficoltà nell'accesso al credito tradizionale:** la dipendenza dai risparmi personali suggerisce che l'accesso a fonti di finanziamento esterne, come prestiti bancari o capitali di rischio, può essere particolarmente difficile per questa categoria di imprenditori. Le ragioni possono includere una storia creditizia limitata nel paese ospitante, la mancanza di garanzie sufficienti, una scarsa conoscenza

del sistema bancario locale o, in alcuni casi, pregiudizi da parte degli istituti di credito.

- **Percezione del rischio:** potrebbe esserci anche una preferenza a non indebitarsi o una percezione che le altre fonti di finanziamento siano troppo complesse o rischiose da ottenere.
- **Ruolo minore di prestiti e finanziamenti (13 risposte):** solo una minoranza (13 su 71, circa il 18.3%) ha fatto ricorso a prestiti o finanziamenti esterni. Questo dato, sebbene non trascurabile, rafforza l'idea delle difficoltà di accesso al credito menzionate sopra. Potrebbe includere prestiti bancari, ma anche microcredito o altre forme di finanziamento più accessibili.
- **Scarso utilizzo di aiuti governativi (6 risposte):** un numero molto limitato di imprenditori (6 su 71, circa l'8.5%) ha beneficiato di aiuti governativi. Questo potrebbe indicare:
 - **Mancanza di informazioni:** gli imprenditori migranti potrebbero non essere a conoscenza dei programmi di sostegno e degli incentivi disponibili a livello statale o regionale.
 - **Complessità burocratica:** l'accesso a tali aiuti può essere condizionato da procedure burocratiche complesse e requisiti specifici, che possono scoraggiare chi ha meno familiarità con il sistema amministrativo italiano.
 - **Offerta limitata/competitiva:** potrebbe esserci un'offerta limitata di tali aiuti o una forte competizione per ottenerli.
- **Quasi assente il ruolo degli investitori privati (1 risposta):** Il fatto che solo un imprenditore abbia indicato investitori privati come fonte di finanziamento (1 su 71, circa l'1.4%) è un dato molto significativo. Questo suggerisce una scarsa connessione con reti di investitori informali (business angel) o formali (venture capital), che sono cruciali per la crescita e lo sviluppo di molte startup. La costruzione di queste reti richiede tempo, contatti e una profonda conoscenza del tessuto economico locale.

- **Categoria "Altro" (3 risposte):** le 3 risposte nella categoria "Altro" (circa il 4.2%) potrebbero includere fonti di finanziamento meno convenzionali, come il supporto di familiari e amici, crowdfunding, o altre soluzioni creative.

I dati evidenziano una forte dipendenza degli imprenditori migranti dai risparmi personali per avviare e sostenere le proprie attività. Se da un lato questo dimostra una grande iniziativa e capacità di auto-organizzazione, dall'altro rivela una vulnerabilità e una difficoltà strutturale all'accesso a fonti di finanziamento esterne.

Per promuovere una crescita più robusta e sostenibile dell'imprenditoria migrante, sarebbe fondamentale:

- **Facilitare l'accesso al credito:** attraverso la semplificazione delle procedure per l'ottenimento di prestiti e microcredito, magari con programmi specifici o garanzie dedicate.
- **Migliorare l'informazione e l'accessibilità agli aiuti governativi:** promuovere la conoscenza dei bandi e degli incentivi disponibili, fornendo supporto nella compilazione delle domande.
- **Favorire la creazione di reti:** Sviluppare piattaforme e iniziative che mettano in contatto gli imprenditori migranti con potenziali investitori, mentori e reti di business. Questi interventi potrebbero aiutare a superare le barriere finanziarie e a sbloccare il pieno potenziale di queste imprese, contribuendo in modo significativo all'economia e all'occupazione.

Le risposte al **ricorso di finanziamento ed in particolare alla tipologia** rivelano un quadro complesso e coerente con i dati numerici precedentemente analizzati, evidenziando una forte dipendenza dai risparmi personali e significative difficoltà nell'accesso a fonti di finanziamento esterne.

- **Ricorso ai risparmi personali e auto-finanziamento:** la menzione di "risorse personali" da parte di un intervistato, rafforza il dato numerico che vede i risparmi personali come la fonte primaria di finanziamento. Questo sottolinea la forte autonomia e la resilienza degli

imprenditori migranti, che spesso investono il proprio capitale nel progetto, ma evidenzia anche una potenziale carenza di alternative.

- Difficoltà nell'accesso al credito bancario tradizionale: diverse risposte indicano un tentativo di accedere a "finanziamento dalla banca" o "prestito bancario", spesso con esito negativo ("nessun finanziamento", "ho deciso di rimandare"). La frase "sto cercando di farmi finanziare dalla banca" mostra una fase di ricerca attiva ma non ancora conclusa, suggerendo che il processo è lungo e complesso. Il commento "Prestito bancario grazie a mio marito" è particolarmente rivelatore. Implica che, in assenza di requisiti propri (es. storia creditizia, garanzie), l'accesso al credito bancario può dipendere dal supporto di terzi, evidenziando una barriera significativa per gli imprenditori migranti individuali. La decisione di "rimandare a causa della situazione instabile in Sudan" per un prestito bancario evidenzia come fattori esterni legati al paese d'origine possano influenzare le decisioni finanziarie e la percezione del rischio da parte degli istituti di credito o degli stessi imprenditori.
- **Il Microcredito come alternativa cruciale ma non sempre sfruttata:** il "microcredito" è menzionato più volte, spesso con un'indicazione di interesse o tentativo ("Microcredito (aiutata da Cciao)", "volevo chiedere il microcredito ma poi mi sono fermata"). Questo suggerisce che il microcredito è percepito come una soluzione più accessibile rispetto ai prestiti bancari tradizionali, probabilmente per requisiti meno stringenti e un maggiore supporto (come l'aiuto della Camera di commercio). Tuttavia, il fatto che alcuni abbiano "voluto chiedere il microcredito ma poi si sono fermati" o semplicemente abbiano risposto "No" (in riferimento al microcredito) indica che anche questa via può presentare ostacoli, come complessità procedurali, mancanza di informazioni complete o, forse, un ripensamento sulla fattibilità del progetto.
- **Ricerca di supporti istituzionali e associativi:** la menzione di "Invitalia" e "Regione Lombardia" indica che gli imprenditori sono a conoscenza o cercano attivamente programmi di sostegno governativi o regionali, in particolare quelli dedicati

all'Imprenditoria femminile". Tuttavia, la frase "nessun finanziamento" associata a Invitalia suggerisce che l'accesso a questi aiuti non è garantito e può essere difficile. Il "Fondo di garanzia Unione artigiani" mostra la ricerca di supporti offerti da associazioni di categoria, che possono facilitare l'accesso al credito tramite garanzie.

- **Risposte "No" e mancanza di dettagli:** le numerose risposte "No" (spesso ripetute) senza ulteriori dettagli sono significative. Possono indicare che l'imprenditore non ha cercato attivamente finanziamenti esterni, che non ne ha avuto bisogno (perché si è auto-finanziato), o che ha incontrato difficoltà tali da non voler approfondire l'esperienza. In alcuni casi, potrebbe anche riflettere una scarsa conoscenza delle opzioni disponibili.

Le risposte aperte confermano che il finanziamento è una delle sfide più ardue per gli imprenditori migranti. C'è una chiara tendenza all'auto-finanziamento, spesso per necessità più che per scelta. L'accesso al credito bancario tradizionale è ostacolato da diverse barriere, mentre il microcredito emerge come un'alternativa considerata, sebbene non sempre concretizzata. La ricerca di aiuti governativi e di associazioni di categoria è presente, ma l'ottenimento di tali fondi non è semplice.

Le risposte sulla difficoltà di accesso ai finanziamenti e prestiti bancari rivelano un quadro complesso e multifattoriale degli ostacoli, che possono essere raggruppati in alcune categorie principali:

1. Mancanza di fiducia da parte delle banche e percezione del rischio (Tema Dominante):

"Mancata fiducia da parte delle Banche: Sì, impossibile a tutt'oggi avere dei prestiti bancari perché secondo le banche la sua impresa è ancora troppo giovane." Questa è una delle risposte più esplicite e comuni. Le banche tendono a percepire le nuove imprese, specialmente quelle avviate da migranti che potrebbero avere una storia creditizia limitata nel paese ospitante, come ad alto rischio. La "giovinezza" dell'impresa è un fattore critico che le rende restie a concedere credito.

"Mancata fiducia da parte delle Banche: No" e "Sì, poca fiducia": Sebbene alcuni non percepiscano una totale mancanza di fiducia, la presenza di "poca fiducia" conferma che la relazione con le

banche è spesso problematica. Il "No" potrebbe indicare che la fiducia non è l'ostacolo principale per quell'individuo specifico, o che ha trovato soluzioni alternative.

"In banca ci vogliono troppe garanzie": Questo è un corollario diretto della mancanza di fiducia. Per compensare il rischio percepito, le banche richiedono garanzie elevate che molti imprenditori migranti, soprattutto all'inizio, non sono in grado di fornire. "Le principali difficoltà sono state l'incertezza delle condizioni di importazione dal Sudan e la riluttanza delle banche a sostenere progetti di commercio internazionale in aree ad alto rischio.": Questa risposta evidenzia come il contesto geopolitico e la percezione del rischio paese (in questo caso il Sudan) possano influenzare direttamente la disponibilità delle banche a finanziare progetti, specialmente nel commercio internazionale.

2. Mancanza di garanzie e requisiti bancari stringenti: "No, mancanza di garanzie": Questa risposta è chiara e concisa, indicando che la carenza di beni o asset da offrire come garanzia è un blocco fondamentale per l'accesso al credito. "Prestito bancario ma a nome di mio marito italiano": Questo è un esempio lampante di come la mancanza di requisiti propri (garanzie, storia creditizia, fiducia della banca) costringa l'imprenditore a ricorrere a terzi (in questo caso il coniuge con cittadinanza italiana) per aggirare gli ostacoli, sottolineando la difficoltà di accesso diretto al finanziamento.

3. Soluzioni alternative e compromessi "Fondo di garanzia e banca": questo indica che l'imprenditore ha cercato e forse ottenuto un prestito bancario con il supporto di un fondo di garanzia, che attenua il rischio per la banca. Suggestisce l'importanza di strumenti di garanzia pubblici o associativi. "Ho dovuto cedere il 25% ad un'italiana mia collega per avere accesso al finanziamento bancario": Questa è una soluzione drastica che evidenzia la pressione finanziaria. L'imprenditore è stato costretto a diluire la propria quota di proprietà per soddisfare i requisiti bancari, probabilmente per beneficiare della maggiore credibilità o garanzie della collega italiana. "No grazie all'aiuto della Camera di commercio con Banca Etica": Qui emerge il ruolo positivo di istituzioni come l'ente camerale e di banche con un approccio più sociale o etico, che possono offrire percorsi facilitati o maggiore comprensione per gli imprenditori migranti.

"Prestito bancario rifiutato, microcredito accettato": questa risposta è cruciale. Dimostra che quando il canale bancario tradizionale è bloccato, il microcredito rappresenta una valida alternativa, più accessibile e orientata a sostenere piccole iniziative imprenditoriali.

4. Complessità burocratica e mancanza di conoscenza: "L'attività non è ancora stata avviata; quindi, non ho ancora gestito direttamente gli aspetti legali e fiscali. La mia intenzione è quella di affidarmi a un commercialista per la contabilità e la gestione burocratica. Durante il corso Futuræ ho valutato diverse forme giuridiche possibili (partita IVA, cooperativa o SRL), ma non ho proseguito oltre a causa dei problemi legati al finanziamento e alla sede. Per questo motivo non posso dire di aver incontrato difficoltà dirette con la burocrazia locale, anche se il bando a fondo perduto si è rivelato molto complesso e difficile da gestire.": questa lunga risposta riassume molteplici difficoltà. L'imprenditore è bloccato prima ancora di avviare l'attività a causa di problemi di finanziamento e sede. La burocrazia locale non è ancora un ostacolo diretto, ma il riferimento alla complessità dei "bandi a fondo perduto" indica che anche le opportunità di finanziamento agevolato sono difficili da esplorare. "Non sono mai riuscito ad avere finanziamenti da bandi.": affermazione rafforza l'idea che l'accesso ai bandi pubblici, sebbene potenzialmente vantaggioso, è spesso proibitivo per mancanza di informazioni, complessità delle procedure o requisiti difficili da soddisfare.

5. Esperienze positive ma isolate: "Ho acceso un prestito bancario": risposta, seppur isolata, mostra che l'accesso al prestito bancario è possibile per alcuni, sebbene non venga specificato come ci siano riusciti. "Non è riuscita ad ottenere finanziamenti ma ha ottenuto facilmente un prestito bancario": questa apparente contraddizione potrebbe indicare una distinzione tra "finanziamenti" (forse intesi come bandi o contributi) e "prestito bancario" (una forma di debito più tradizionale), o semplicemente che le difficoltà si sono concentrate su un tipo di finanziamento piuttosto che su un altro.

Le interviste rivelano che la mancanza di fiducia da parte delle banche e la difficoltà a fornire garanzie sono gli ostacoli più significativi e pervasivi per gli imprenditori migranti nell'accesso ai

finanziamenti. Le imprese giovani e quelle operanti in settori percepiti come "ad alto rischio" sono particolarmente penalizzate.

Questo porta a:

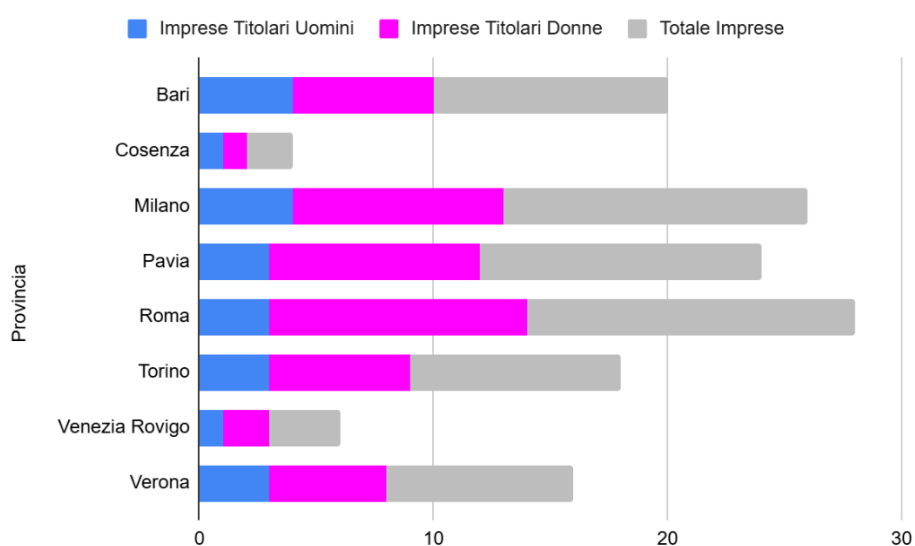
- **Forte dipendenza da soluzioni "alternative"**: microcredito, fondi di garanzia, il coinvolgimento di partner italiani o l'uso di garanzie di terzi (es. familiari) diventano strumenti essenziali per superare il blocco.
- **Impatto sulla crescita e l'avvio delle attività**: la difficoltà di finanziamento non solo limita la crescita, ma può addirittura impedire l'avvio stesso di un'impresa, come nel caso dell'imprenditore bloccato da problemi di finanziamento e sede.
- **Complessità dei bandi pubblici**: anche le opportunità di finanziamento agevolato o a fondo perduto sono spesso inaccessibili a causa della loro complessità burocratica.

Ripartizione per genere e provincia

Tab 2. Ripartizione di genere e per provincia dei titolari delle imprese dei migranti partecipanti al progetto Futurae (edizione 1 e2)

Provincia	Imprese titolari Uomini	Imprese titolari Donne	Totale Imprese	Percentuale titolari Donne sul totale provinciale
Bari	4	6	10	60,00%
Cosenza	1	1	2	50,00%
Milano	4	9	13	69,20%
Pavia	3	9	12	75,00%
Roma	3	11	14	78,60%
Torino	3	6	9	66,70%
Venezia Rovigo	1	2	3	66,70%
Verona	3	5	8	62,50%
TOTALE GENERALE	22	49	71	69,00%

Fig.13 Ripartizione di genere e per provincia dei titolari delle imprese dei migranti partecipanti al progetto Futurae



I dati sulla nascita delle 71 imprese migranti del progetto Futurae evidenziano tendenze molto interessanti, in particolare un forte protagonismo imprenditoriale femminile e una netta concentrazione geografica.

1. Forte protagonismo femminile: l'elemento più significativo e degno di nota è la netta prevalenza dell'imprenditoria femminile. A fronte di 71 nuove imprese, le titolari donne sono ben 49 (pari al 69,0% del totale), mentre i titolari uomini sono 22 (31,0%).

Tale dato è importante perché suggerisce che, nel contesto del progetto Futurae, le donne migranti si dimostrano una forza motrice fondamentale per la creazione di nuove attività.

2. Concentrazione geografica e polarizzazione: la creazione di imprese è fortemente concentrata in alcune aree metropolitane e regioni del Nord e del Centro. Roma è la provincia leader con 14 nuove imprese. Milano e Pavia seguono con 13 e 12 imprese rispettivamente. Queste tre province (Roma, Milano, Pavia) da sole contano il 55% del totale delle imprese (39 su 71).

Questo fenomeno è prevedibile, dato che i grandi centri urbani offrono maggiori opportunità economiche, reti sociali più ampie e una più alta densità di popolazione migrante. Tuttavia, merita attenzione il dato di **Pavia**, che si posiziona subito dietro Milano, superando province come Bari e Torino, suggerendo una particolare efficacia delle attività progettuali in quell'area.

3. Analisi di genere per provincia: se si osserva la percentuale di titolari donne, si nota che la tendenza alla leadership femminile è generalizzata, ma con picchi notevoli: Roma registra la percentuale più alta di imprese femminili (78,6%). Pavia (75,0%) e Milano (69,2%) si collocano in posizioni di alta rilevanza. Questo evidenzia che non solo la dimensione quantitativa è maggiore nei grandi centri, ma anche la "propensione all'imprenditoria femminile" supportata dal progetto è massima nelle aree di Roma, Pavia e Milano. Le province con il minor divario di genere sono Cosenza (50%) e Bari (60%), pur con un numero totale di imprese inferiore.

In sintesi, i dati confermano che il progetto Futurae ha favorito un modello di imprenditoria migrante fortemente femminile e concentrato nei principali poli urbani. Le donne emergono come protagoniste decisive della nuova imprenditorialità, mentre province come Roma, Milano e Pavia si configurano come veri e propri centri propulsori, sia per volume di imprese sia per intensità della partecipazione femminile. **Questa doppia dinamica — leadership delle donne e polarizzazione territoriale — rappresenta un elemento chiave per comprendere l'impatto e le potenzialità future del progetto.**

Obiettivi a lungo termine

Le risposte che gli intervistati hanno fornito alla domanda sugli obiettivi a lungo termine per la loro attività rivelano una gamma diversificata di aspirazioni, che possono essere raggruppate in alcune categorie principali, evidenziando sia la resilienza che le sfide persistenti.

1. **Espansione e crescita (Tema Dominante):**

- **Ampliamento e nuovi mercati:** Molti imprenditori mirano a espandere la propria attività geograficamente o a raggiungere nuove fasce di clientela. Questo include "Ampliamento e nuovi mercati", "Nuovi mercati", "Espandersi", "Espansione" (ripetuto più volte).
- **Apertura di nuove sedi:** L'obiettivo di "Aprire un'altra sede" o "Aprire un'altra sede in Costa d'Avorio" indica una chiara intenzione di crescita strutturale e, in alcuni casi, di internazionalizzazione.
- **Aumento dell'offerta:** "Nuovi servizi, qualità della merce", "Ampliamento dei servizi offerti" e "Aumentare lo stock di vendita" riflettono il desiderio di arricchire il proprio

portafoglio prodotti/servizi per soddisfare meglio la domanda e aumentare il volume d'affari.

- **Consolidamento e stabilizzazione:** "Stabilizzare il business" e "Consolidare anche la mia attività di consulente" indicano che, per alcuni, l'obiettivo primario è rafforzare la posizione attuale e assicurare la sostenibilità a lungo termine.

2. Innovazione e miglioramento

- **Innovazione:** la parola "Innovazione" è menzionata esplicitamente due volte, suggerendo una consapevolezza dell'importanza di rimanere competitivi attraverso nuove idee, tecnologie o processi.
- **Formazione e certificazioni:** "Aggiungere al suo business area formazione e certificazioni ISO" mostra un'attenzione alla professionalizzazione e al miglioramento degli standard qualitativi, elementi cruciali per la crescita e l'accesso a nuovi mercati.

3. Internazionalizzazione e mobilità geografica "Spostare la mia impresa ad Aosta in una regione autonoma e poi spostare la mia attività definitivamente all'estero (già lavoro in Francia, Spagna, Svizzera e Belgio)": è una risposta molto specifica e ambiziosa, che evidenzia una visione imprenditoriale transnazionale. L'imprenditore non solo mira all'espansione internazionale, ma considera anche la mobilità come strategia per ottimizzare la propria posizione (es. benefici fiscali o burocratici in regioni autonome o all'estero). "Non appena la situazione in Sudan migliorerà, intendo avviare l'importazione di gomma arabica in Italia, ampliare le collaborazioni con le industrie locali e creare un canale commerciale sostenibile che porti benefici sia ai produttori sudanesi che alle aziende italiane.": questo obiettivo è un esempio lampante di come l'imprenditoria migrante possa fungere da ponte tra paesi, creando valore aggiunto attraverso l'importazione e la costruzione di filiere sostenibili. È anche condizionato da fattori geopolitici esterni.

4. Superamento delle difficoltà iniziali e avvio dell'attività: "Aprire e iniziare la mia attività di commercio" e "Devo ancora aprire": queste risposte, sebbene semplici, sono molto significative.

Indicano che per alcuni, l'obiettivo a lungo termine è ancora quello di superare le fasi iniziali e concretizzare l'avvio dell'attività, suggerendo che le difficoltà incontrate (finanziamenti, burocrazia, sede) sono state un blocco importante. "Comprare un trattore per ora lo affittiamo a caro prezzo a giornata": un obiettivo pratico e concreto mostra la necessità di investimenti in beni strumentali per ridurre i costi operativi e migliorare l'efficienza, spesso una sfida per le piccole attività.

"Ora sto cercando di vendere libri per bambini su Amazon ma non va un granché bene e ho pochi lavori": questa risposta rivela una fase di difficoltà e di ricerca di un modello di business più efficace, dove l'obiettivo a lungo termine è trovare la giusta direzione per la propria attività.

5. Obiettivi legati all'impatto sociale e al lavoro: "L'obiettivo a lungo termine è fornire servizi di alta qualità nel settore dell'assistenza agli anziani, puntando su ascolto, empatia e conoscenza del territorio. Nel breve periodo voglio far conoscere l'attività, collaborare con ex colleghe dei servizi sociali e creare una rete di supporto. In prospettiva, l'obiettivo è consolidare e ampliare i servizi, diventando un punto di riferimento per le famiglie veneziane.": un è un esempio di obiettivo a lungo termine ben articolato, che combina la crescita del business con una forte componente di impatto sociale e radicamento territoriale. "Espansione". Vorrei creare un centro di servizi dove una persona può risolvere ogni necessità lavorativa. Vorrei anche poter dare lavoro ad altre persone che potrebbero affiancarmi nella mia attività.": risposta evidenzia un obiettivo non solo di crescita personale, ma anche di creazione di opportunità lavorative per altri, un segno di responsabilità sociale e di desiderio di contribuire alla comunità.

6. Frustrazione e fallimento (esperienze negative Milano, Roma, Torino, Cosenza): "In verità, la nostra attività non è andata avanti, dato la realtà della città dove ci troviamo: piccola e depressa dal punto di vista economico e sociale, con la chiusura delle attività e negozi (ogni anno in più) e la mentalità chiusa e troppo "in dietro" dei proprietari e responsabili delle aziende locali che non riescono a capire l'importanza del marketing e comunicazione, soprattutto alle piccole aziende. Ho fatto questo percorso due anni e mezzo fa. Non ho avuto alcun cliente.": è una risposta molto critica e dolorosa, che descrive il fallimento di un'attività a causa di un contesto locale sfavorevole

(depressione economica, chiusura di attività) e di una "mentalità chiusa" che non comprende il valore di marketing e comunicazione. È un promemoria delle sfide strutturali che possono vanificare gli sforzi imprenditoriali.

"No": Le risposte secche "No" possono indicare sia la mancanza di obiettivi a lungo termine specifici, sia una fase di incertezza o scoraggiamento, o semplicemente che l'imprenditore non ha ancora avuto modo di formulare tali obiettivi.

Le risposte sugli obiettivi a lungo termine degli imprenditori migranti rivelano un quadro di grande ambizione e grande capacità di adattamento, con una chiara tendenza all'espansione, all'innovazione e, in molti casi, all'internazionalizzazione. Molti mirano a consolidare la propria attività, a diversificare l'offerta e a creare un impatto positivo sulla comunità.

Tuttavia, emerge anche la persistenza di ostacoli significativi, che per alcuni si traducono nella difficoltà di avviare l'attività stessa o, nel peggiore dei casi, nel fallimento. Le sfide legate ai finanziamenti, alla burocrazia, alla conoscenza del mercato e, in alcuni contesti, a fattori socioeconomici locali, continuano a influenzare la capacità di realizzare questi obiettivi.

Questo sottolinea l'importanza di un supporto continuo e multifattoriale per gli imprenditori migranti, che non si limiti solo alla fase di avvio, ma che li accompagni anche nella crescita, nell'innovazione e nel superamento delle difficoltà strutturali, affinché le loro ambizioni possano tradursi in successo e contributo al tessuto economico e sociale.

Aree di intervento

Le risposte degli imprenditori migranti al progetto Futurae delineano un quadro chiaro delle principali sfide e delle aree di intervento necessarie per creare un ambiente più favorevole all'imprenditoria immigrata. Le tematiche ricorrenti possono essere raggruppate in alcune macrocategorie, che riflettono sia ostacoli sistemici che esigenze specifiche.

1. Semplificazione burocratica e accesso al credito: un ostacolo ricorrente

La richiesta di "snellire il processo burocratico", "semplificare le pratiche" e "rendere più semplice la burocrazia e l'accesso ai finanziamenti" è la più frequente e pressante. Questo indica che la complessità amministrativa e la difficoltà di navigare nel sistema burocratico italiano rappresentano un deterrente significativo per chi intende avviare o gestire un'attività. La percezione di una "burocrazia difficile da comprendere" è un segnale forte che le procedure attuali non sono sufficientemente chiare o accessibili.

Parallelamente, l'accesso al credito emerge come un'altra criticità fondamentale. La richiesta di "Aiutare nell'accesso al credito" e la necessità di "stessa considerazione per i migranti nell'accesso al credito" evidenziano una possibile discriminazione o, quantomeno, una mancanza di fiducia da parte degli istituti finanziari. Il commento "Aumentare la fiducia verso i migranti e la loro credibilità verso gli istituti di credito e banche" rafforza questa ipotesi, suggerendo che non si tratta solo di procedure, ma anche di una percezione culturale e di una valutazione del rischio che penalizza gli imprenditori immigrati. La testimonianza di chi ha dovuto chiudere a causa di "tasse e costi vivi" e la richiesta di "meno tasse" o "diminuire la tassazione sulle imprese, in particolare quelle migranti" sottolineano come la pressione fiscale, unita alla difficoltà di accesso ai finanziamenti, possa rendere insostenibile l'attività imprenditoriale.

2. Networking e connessioni: costruire ponti per lo sviluppo

Il tema del "network tra imprenditori" e l'idea di "utilizzare gli imprenditori stranieri come ponte di connessione tra gli imprenditori locali e i paesi di origine per ampliare i business" rivelano una chiara consapevolezza del valore delle reti. La "mancanza di networking" è percepita come una barriera, e l'esigenza di "aumentare le occasioni di networking e public relation con il mercato" indica il desiderio di integrarsi maggiormente nel tessuto economico locale e di sfruttare le proprie origini per creare opportunità di business internazionale. Questo suggerisce che gli imprenditori migranti non cercano solo supporto, ma anche partnership e occasioni di scambio che possano beneficiare l'intera economia locale.

3. Formazione e Competenze: adattarsi a un mercato in evoluzione

La richiesta di "corsi professionalizzanti" e, in particolare, di "più corsi di comunicazione e social media per gli stranieri" evidenzia la volontà di acquisire competenze specifiche e aggiornate. Questo suggerisce che gli imprenditori migranti sono consapevoli delle dinamiche del mercato moderno e desiderano dotarsi degli strumenti necessari per competere efficacemente, soprattutto nell'era digitale.

4. Supporto pratico e spazi accessibili: le fondamenta per iniziare

L'esigenza di "maggiore possibilità di avere un traduttore per chi ha difficoltà con la lingua" è un aspetto pratico fondamentale che può facilitare enormemente l'interazione con le istituzioni e il mercato. L'offerta di "spazi o sedi temporanee a costi accessibili, soprattutto nelle fasi iniziali di avvio dell'attività" e la necessità di "maggiore affiancamento pratico e rete di supporto per chi avvia un'impresa da solo" sono richieste concrete che mirano a ridurre i costi iniziali e a fornire un supporto tangibile in una fase critica. Il riferimento al contesto di Venezia, "dove il mercato è dominato da realtà molto grandi e il settore sociale è concentrato principalmente sul pubblico", evidenzia come queste esigenze possano essere ancora più marcate in contesti specifici.

5. Cambiamento di mentalità: superare pregiudizi e rigidità

Il commento più profondo e forse più difficile da affrontare riguarda la "vera e propria rivoluzione nella mentalità retrograda, la rigidità e la xenofobia (non di tutti, ma di alcuni)". Questo suggerisce che al di là degli aspetti pratici e burocratici, esiste una barriera culturale e sociale che può ostacolare l'integrazione e il successo degli imprenditori migranti. Superare questi pregiudizi è essenziale per creare un ambiente veramente inclusivo e accogliente.

6. Sinergia con le Istituzioni: un potenziale da sfruttare

L'auspicio di una "maggiore sinergia con la Cdc" (Camera di Commercio) è un segnale positivo. Riconoscere che la Camera di commercio "porta avanti tanti progetti, iniziative che aiutano" indica che c'è una base su cui costruire. Rafforzare questa collaborazione e rendere i servizi delle istituzioni più accessibili e mirati agli imprenditori migranti potrebbe essere un volano importante.

Le risposte degli intervistati partecipanti al progetto Futurae rivelano un alto **grado di soddisfazione generale**, evidenziando l'efficacia del progetto nel fornire supporto cruciale nelle fasi iniziali dell'attività imprenditoriale. Allo stesso tempo, emergono aree di miglioramento che potrebbero ottimizzare ulteriormente l'impatto del progetto.

1. Punti di forza e benefici del progetto Futurae

- **Supporto completo e personalizzato:** molti intervistati hanno sottolineato il "supporto completo in tutte le fasi", l'accompagnamento nelle "perplexità normative" e nello "start up del controllo di gestione". Questo indica che il progetto ha saputo offrire una guida interdisciplinare e completa, affrontando sia gli aspetti tecnici che quelli più pratici e burocratici.
- **Assistenza nella redazione del business plan:** la capacità di aiutare nella "redazione del business plan" è un beneficio ricorrente e molto apprezzato. Questo strumento è fondamentale per la pianificazione e la presentazione di un'idea imprenditoriale, e il supporto in quest'area è stato cruciale per molti.
- **Rassicurazione e motivazione:** commenti come "Futurae mi ha fatto sentire sicura nell'affrontare il percorso di mettermi in proprio, avevo paura" evidenziano il ruolo del progetto nel fornire non solo competenze tecniche, ma anche un sostegno psicologico e motivazionale, essenziale per superare le incertezze iniziali.
- **Formazione e comprensione della burocrazia:** il progetto ha "insegnato tanto ed è stato molto utile" per "apprendere concetti di base per l'apertura" e "capire un po' la burocrazia italiana". Questo è un aspetto di grande valore, data la complessità percepita del sistema burocratico amministrativo e fiscale italiano.
- **Orientamento e assistenza gratuita:** la possibilità di ricevere "orientamento, formazione e assistenza gratuita per la registrazione dell'impresa" è stata un fattore determinante per la partecipazione e la soddisfazione.
- **Contatto con esperti e tutoraggio:** la presenza di "esperti e consulenti" e la possibilità di "rimanere in contatto col tutor" hanno garantito un supporto qualificato e continuativo.

2. Aree di miglioramento e suggerimenti per il futuro:

- **Networking e creazione di rete:** questa è l'area di miglioramento più citata. Molti hanno espresso il desiderio di "l'opportunità di fare network, collegando le imprese che fanno parte del loro progetto, ad esempio l'incubatore di startup, dando la possibilità di creare una rete e la possibilità di offrire uno all'altro il suo servizio/prodotto". Questo suggerisce che, pur fornendo un supporto individuale, il progetto potrebbe amplificare il suo impatto facilitando le connessioni tra gli imprenditori.
- **Supporto post apertura:** sebbene il supporto iniziale sia stato apprezzato, alcuni hanno indicato la necessità di "affiancamento post apertura" e che Futurae "continui ad assistere nel tempo le neo imprese con supporto di esperti di settore, commercialista e finanziamenti ad un tasso minore rispetto alle banche". Questo evidenzia che le sfide non finiscono con l'avvio dell'attività.
- **Consulenza marketing specifica:** un commento ha evidenziato una lacuna nel supporto marketing, criticando un "esperto arrogante" che "parlava di grandi marchi mentre noi cercavamo di sviluppare le nostre piccole imprese". Questo suggerisce la necessità di consulenze più mirate e adattate alle esigenze delle piccole imprese e delle startup.
- **Traduzione dei contenuti:** l'inserimento della "traduzione dall'italiano dei contenuti trasmessi" è un suggerimento pratico e fondamentale per garantire una piena comprensione e accessibilità del progetto a tutti i partecipanti, superando le barriere linguistiche.
- **Esperienze pratiche:** l'idea di "offrire un'esperienza pratica presso un'impresa già attiva e di successo nello stesso settore di interesse" è un suggerimento innovativo che potrebbe arricchire ulteriormente l'offerta formativa del progetto.

3. Modalità di scoperta del progetto Futurae:

Le modalità di scoperta del progetto sono variegata, indicando una buona diffusione attraverso diversi canali:

- Online (Siti Istituzionali, Facebook, campagne social e non ad hoc): molti hanno scoperto Futurae "navigando su Internet", "sul sito del CPI regione Veneto", "sul sito della Camera di commercio" (Pavia, Torino,). Questo sottolinea l'importanza della presenza digitale e della chiarezza delle informazioni sui portali istituzionali.
- Corsi di Italiano: "Ad un corso di italiano" è un canale interessante che indica una diffusione mirata a un pubblico specifico di immigrati, dove l'apprendimento della lingua si combina con l'opportunità di integrazione economica.
- Università e Camere di commercio locali: la scoperta tramite "l'Università della Calabria e la Camera di commercio di Cosenza" o "recandomi presso la Camera di commercio" evidenzia il ruolo cruciale delle istituzioni locali e accademiche come punti di contatto e informazione.

Utilizzo servizi della Camera di commercio

Le risposte alla domanda sull'utilizzo di altri servizi della Camera di commercio da parte degli imprenditori che hanno partecipato al progetto Futurae rivelano un quadro misto, con una prevalenza di "No" o di un utilizzo limitato e specifico. Questo suggerisce diverse considerazioni:

1. Bassa penetrazione e conoscenza limitata dei servizi: la maggioranza delle risposte secche "No" indica che una parte significativa degli imprenditori partecipanti al progetto Futurae non ha usufruito o non è a conoscenza di altri servizi offerti dalla Camera di commercio al di fuori del progetto stesso. Questo potrebbe essere dovuto a diversi fattori:

- **Mancanza di informazione:** gli imprenditori potrebbero non essere stati adeguatamente informati sull'ampia gamma di servizi disponibili. Spesso, l'attenzione è focalizzata sul progetto specifico a cui si partecipa, e la comunicazione sui servizi collaterali potrebbe non essere stata efficace.
- **Percezione di irrilevanza:** alcuni potrebbero non aver percepito la rilevanza di altri servizi per le loro specifiche esigenze, soprattutto nelle fasi iniziali dell'attività.

- **Barriere linguistiche o culturali:** per gli imprenditori immigrati, la comprensione delle offerte e delle modalità di accesso ai servizi potrebbe essere ostacolata da barriere linguistiche o da una scarsa familiarità con il sistema istituzionale italiano.

2. Utilizzo mirato e specifico: quando i servizi sono stati utilizzati, l'impiego è stato molto mirato e legato a esigenze specifiche:

- **Formazione:** diversi intervistati menzionano la "Formazione" e la partecipazione a "corsi di Formazione Estero" o "webinar". Questo indica che i servizi formativi della Camera di commercio sono riconosciuti e apprezzati, soprattutto quando rispondono a un bisogno chiaro di acquisizione di competenze.
- **Telemaco:** un caso specifico è l'utilizzo di "Telemaco", con l'ottenimento di un "credito per l'uso della piattaforma da 1000 euro". Questo suggerisce che servizi digital amministrativi con incentivi economici tangibili possono attrarre l'attenzione e l'utilizzo anche senza intermediari.
- **Bandi e finanziamenti:** la menzione di "altro bando per finanziare comunicazione su web" indica che gli imprenditori sono attenti alle opportunità di finanziamento e supporto economico.
- **Collaborazioni specifiche:** la partecipazione a iniziative come il "COI (Cosenza Open Incubator) e al programma Future (collaborazione tra Università della Calabria e Camera di commercio di Cosenza)" evidenzia l'efficacia di progetti specifici e di collaborazioni strutturate.

3. Desiderio di maggiore contatto e difficoltà nell'interazione: un commento significativo è: "No, e questa è un'altra cosa che abbiamo domandato alla T2i , come avere un contatto più stretto con la Camera di commercio, però mai abbiamo avuto una risposta". Questo rivela un desiderio esplicito da parte degli imprenditori di instaurare un rapporto più stretto e proattivo con la Camera di commercio, ma anche una percezione di difficoltà nel raggiungere questo obiettivo o nell'ottenere risposte concrete. La frase "Cerchiamo di partecipare a tutti i webinar che ci aiutano"

conferma la proattività degli imprenditori nel cercare supporto, ma anche la possibile frustrazione quando il contatto diretto o personalizzato è difficile da stabilire.

Feedback intervista

Le risposte al feedback sull'intervista rivelano una gamma di sentimenti, che vanno dalla neutralità e dalla speranza di utilità, a critiche costruttive e, in alcuni casi, a delusioni significative riguardo all'efficacia del supporto ricevuto.

1. Neutralità e speranza di utilità: molti intervistati hanno risposto semplicemente "No" o "Sì" (riferendosi forse alla loro disponibilità o alla validità dell'intervista), oppure "Spero la mia intervista possa servire a migliorare". Questo indica che una parte dei partecipanti ha percepito l'intervista come un'opportunità per contribuire al miglioramento del progetto, senza esprimere giudizi particolarmente forti, né positivi né negativi, sul processo in sé.

2. Richieste di supporto continuativo e collaborazione: alcuni feedback sottolineano la necessità di un impegno continuo: "C'è bisogno di continuo supporto alle aziende" e "Richiesta di contatto tra istituzioni e imprenditori a livello locale per migliorare i servizi e fare progetti insieme". Questo rafforza l'idea che gli imprenditori migranti cercano un partenariato a lungo termine con le istituzioni, non solo un supporto iniziale.

3. Suggerimenti per il miglioramento del progetto Futurae: sono emersi suggerimenti concreti per l'evoluzione del progetto:

- **Upgrade con imprenditori esperti:** l'idea di "farei un upgrade di Futurae con gli imprenditori della prima e la seconda edizione per utilizzare loro come facilitatori nelle edizioni nuove" è molto interessante. Suggerisce un modello di mentorship tra pari, dove l'esperienza di chi ha già affrontato il percorso può essere un valore aggiunto per i nuovi partecipanti.
- **Servizi di tutoraggio con imprenditori già affermati:** La richiesta di "servizi di tutoraggio con imprenditori già affermati" va nella stessa direzione, evidenziando il desiderio di imparare da chi ha già avuto successo nel proprio settore.

4. Critiche e delusioni riguardo all'efficacia del supporto: Questi sono i feedback più critici e dolorosi, che meritano particolare attenzione:

- **Focus sull'apertura della Partita IVA:** un commento molto esplicito e amaro afferma: "In questo momento, l'attività è ancora aperta però fra qualche tempo sarà ufficialmente chiusa, perché alla fine del corso, purtroppo, quello che abbiamo compreso è che all'ente che ha promosso il corso (t2i) quello che contava davvero era l'apertura della partita IVA per la statistica insieme alla Camera di commercio, poi se l'attività sarebbe andata bene o no, questo non importava più." Questa è una critica severa che suggerisce una percezione di disconnessione tra gli obiettivi del progetto (misurati in termini di aperture di attività) e le reali esigenze di sostenibilità e successo a lungo termine degli imprenditori. Se questa percezione fosse diffusa, minerebbe la fiducia nel valore del progetto.
- **Mancanza di risposte e scambio di servizi:** La "mancanza di ritorno del signor xxxxi, il responsabile T2i, riguardo nostra offerta di scambiare servizi tra i partecipanti" evidenzia una frustrazione per la mancata concretizzazione di opportunità di networking e collaborazione che gli stessi imprenditori avevano proposto. Questo rafforza la necessità di un maggiore ascolto e di una gestione più proattiva delle iniziative di rete.
- **Copia del progetto e difficoltà economiche/logistiche:** la testimonianza "Purtroppo il mio progetto è stato copiato da altri, e questo, insieme alle difficoltà economiche e logistiche già citate, mi ha portata a interrompere il percorso" rivela problemi seri legati alla protezione delle idee imprenditoriali e alla persistenza di difficoltà strutturali che il progetto non è riuscito a mitigare. La copia di un progetto è un ostacolo significativo e può scoraggiare l'innovazione.

5. Suggerimenti per l'Intervista Futurae: un feedback importante riguarda il contenuto dell'intervista stessa: "Non avete chiesto qual è la visione del progetto. Che piani abbiamo e come vediamo il progetto in futuro. Potrebbe aiutare a mettere in sintonia le 2 parti." Questo suggerisce che gli imprenditori desiderano essere coinvolti in una discussione più strategica e proiettata al futuro, sentendosi parte attiva del processo e non solo soggetti passivi di un'indagine.

6. Espressione di gratitudine: nonostante le critiche, è presente anche un'espressione di gratitudine: "Vorrei esprimere la mia gratitudine alla Camera di commercio per il continuo supporto e l'attenzione verso gli imprenditori migranti." Questo bilancia il quadro, indicando che, nonostante le lacune, il progetto è percepito come un'iniziativa positiva e un segno di attenzione.

Il feedback sull'intervista è estremamente prezioso perché fornisce una prospettiva diretta e non filtrata sulle percezioni degli imprenditori migranti.

- **Riconoscimento del valore, ma con riserve:** il progetto Futurae è generalmente apprezzato per aver fornito un punto di partenza, ma le critiche indicano che il suo impatto a lungo termine e la sua capacità di sostenere le imprese oltre l'avvio sono percepiti come insufficienti.
- **Disallineamento tra obiettivi e risultati reali:** la critica più forte riguarda la percezione che il progetto si concentri eccessivamente sull'apertura della Partita IVA come metrica di successo, trascurando la sostenibilità e la crescita effettiva delle imprese. Questo è un punto cruciale che richiede una revisione degli indicatori di successo e un maggiore focus sull'accompagnamento post-apertura.
- **Necessità di un supporto olistico e continuativo:** gli imprenditori non cercano solo una spinta iniziale, ma un ecosistema di supporto che includa networking, mentorship, protezione delle idee, assistenza finanziaria agevolata e consulenze specialistiche continue.
- **Importanza del coinvolgimento e dell'ascolto:** la richiesta di un "contatto più stretto" e di una discussione sulla "visione del progetto" evidenzia il desiderio degli imprenditori di essere ascoltati e coinvolti attivamente nella definizione e nell'evoluzione dei servizi offerti. La mancata risposta a proposte di scambio di servizi è un campanello d'allarme.
- **Affrontare le difficoltà strutturali:** le testimonianze di copia del progetto e di difficoltà economiche/logistiche non risolte suggeriscono che il progetto deve integrare strategie

più robuste per affrontare queste sfide sistemiche, magari attraverso consulenze legali specifiche o un maggiore supporto nella ricerca di spazi e risorse.

In conclusione, il feedback sull'intervista, pur riconoscendo il valore iniziale del progetto Futurae, sollecita una profonda riflessione sulla sua evoluzione.

Chiusure attività

Per coloro che hanno chiuso l'attività tra i migranti che hanno partecipato al progetto Futurae le cause di chiusura si possono sistematizzare come segue:

1. Squilibrio economico e finanziario (Il fattore predominante): "Il negozio non è andato bene e le spese superavano le entrate"; "Troppi costi, ho chiuso l'attività dopo sei mesi"; "Troppi costi rispetto alle entrate"; "Non è andato bene il negozio"; "Se non si ha a disposizione un notevole capitale proprio è impossibile aprire un'attività".

In sintesi, la maggior parte delle risposte indica una gestione non sostenibile dei flussi finanziari o una carenza di capitali iniziali. Si tratta della classica forbice in cui i costi fissi e variabili superano i ricavi, aggravata talvolta da una sottocapitalizzazione iniziale che non permette di superare i primi mesi critici.

2. Vulnerabilità a fattori esterni e geopolitici: "I prezzi in Turchia sono aumentati e non conveniva più l'import"; "L'attività non è ancora stata avviata a causa della guerra civile in Sudan iniziata nell'aprile 2023, che ha reso rischioso e insicuro iniziare le importazioni."

In sintesi, queste risposte evidenziano una forte dipendenza dalle catene di approvvigionamento internazionali (import) e una sensibilità ai cambiamenti esterni (aumento dei prezzi dei fornitori, instabilità geopolitica). Tali fattori sono spesso imprevedibili e non gestibili direttamente dalla singola impresa.

3. Mancanza di resilienza e sottocapitalizzazione: "Se non si ha a disposizione un notevole capitale proprio è impossibile aprire un'attività"; "Troppi costi, ho chiuso l'attività dopo sei mesi"

In sintesi, le necessità di un capitale proprio adeguato e la chiusura rapida (dopo sei mesi) suggeriscono una bassa soglia di resilienza finanziaria. L'attività non è stata in grado di assorbire i costi di avviamento e di superare il periodo di break-even.

L'analisi delle risposte suggerisce che le chiusure delle attività sono prevalentemente determinate da **criticità economico-finanziarie**, che si manifestano sia a livello di gestione operativa che di struttura patrimoniale.

- **Criticità del modello di business e della gestione costi:** la ricorrenza di frasi come "spese superavano le entrate" e "troppi costi" indica che, in molti casi, il modello di business non era sostenibile nel contesto di mercato di riferimento. Ciò potrebbe derivare da una scarsa analisi dei costi (anche operativi e indiretti), da prezzi di vendita non adeguati, o da una domanda insufficiente per il prodotto/servizio offerto.
- **Sottocapitalizzazione e accesso al credito:** l'affermazione sulla necessità di un "notevole capitale proprio" è cruciale. Indica che molti intervistati si sono trovati in difficoltà non solo per i problemi di gestione, ma anche per la mancanza di risorse finanziarie sufficienti (capitale di rischio) per coprire i costi iniziali e i fisiologici ritardi nell'ottenimento dei ricavi. L'eccessiva dipendenza da capitali esterni o l'assenza di un cuscinetto finanziario rende l'attività estremamente fragile.
- **Esposizione ai rischi geopolitici e di mercato:** le risposte relative all'import dalla Turchia e alla situazione in Sudan sottolineano una vulnerabilità significativa agli shock esogeni. Questo aspetto è particolarmente rilevante per le piccole attività con catene di fornitura internazionali, dimostrando come un rischio non mitigabile (come l'instabilità politica o l'aumento improvviso dei prezzi di approvvigionamento) possa interrompere o impedire l'avvio stesso di un'impresa.

In sintesi, il quadro che emerge è quello di un insieme di attività che, pur con idee potenzialmente valide, hanno fallito a causa di una triplice debolezza: una gestione dei costi inefficace, una base patrimoniale debole e un'eccessiva esposizione a rischi esterni non gestiti o non gestibili.

I dati sui "Tempi dall'apertura: 2 anni, Sei mesi, quasi 2 anni, due anni" e il riferimento ai "tempi della chiusura" indicano che l'analisi si concentra sulle fasi critiche di sopravvivenza delle nuove imprese nate dal progetto.

Focalizzazione sulle tappe chiave:

- "Sei mesi": questo è un intervallo di tempo cruciale per qualsiasi nuova impresa, in quanto rappresenta il primo test di tenuta sul mercato. Un dato negativo a 6 mesi suggerirebbe problematiche immediate di liquidità o validità del modello di business.
- "2 anni / quasi 2 anni": questo periodo è lo standard di riferimento per valutare la sopravvivenza a medio termine di una startup. Il fatto che ricorra più volte ("2 anni," "quasi 2 anni," "due anni") indica che questo è il principale orizzonte temporale che si sta monitorando per definire il successo o l'insuccesso dell'attività. Le imprese che superano i due anni di attività sono generalmente considerate più stabili e con maggiore potenziale di crescita.

Le risposte si suddividono in base al livello di competenza e al settore di attività:

Tab. 3 Tabella sinottica delle nuove eventuali occupazioni e del settore delle attività delle imprenditrici e gli imprenditori di Futurae (edizione 1 e 2) che hanno chiuso le attività.

Livello/Tipo di Ruolo	Occupazione/Ruolo Specifico	Settore di attività	Commento sul Livello di Qualifica
Alta Qualificazione	Direttore operating (ex)	Società IA	Ruolo di elevata responsabilità e specializzazione. Il fatto che sia disoccupata da un mese suggerisce una transizione, ma il profilo è molto alto.
Media/Alta Qualificazione	Responsabile RUP e sicurezza dei cantieri	Infrastrutture (Autostrade Italiane)	Ruolo tecnico e di alta responsabilità, essenziale per la gestione dei progetti.
Qualificazione Tecnica	Docente scuola di formazione	Formazione	Ruolo che richiede competenze specifiche e capacità di trasmissione del sapere.
Qualificazione Media	Addetta all'amministrazione	Amministrazione /Uffici	Ruolo essenziale, spesso di back office, che richiede precisione e competenze contabili/gestionali.
Qualificazione Tecnica/Operaia	Metalmeccanico	Metalmeccanico - biogas	Ruolo tecnico-specialistico in un settore industriale e innovativo (biogas).

Bassa/Media Qualificazione	Dipendente settore alberghiero incoming check-in out	Turismo (Alberghiero)	Ruolo operativo e di contatto col pubblico, tipico del settore servizi/turismo.
Qualificazione Bassa/Media	Ristorazione	Ristorazione	Ruoli operativi (cuoco, cameriere, aiuto) in un settore ad alta intensità di manodopera.
Dato Settoriale (Generico)	Infrastrutture	Infrastrutture	Dato troppo generico per definire il ruolo, ma conferma il settore.
Dato Settoriale (Generico)	Turismo	Turismo	Dato troppo generico per definire il ruolo, ma conferma il settore.
Non Rilevante	Campo vuoto)	Campo vuoto	Indica assenza di risposta o assenza di nuova occupazione al momento dell'indagine.

I dati raccolti indicano che la chiusura dell'attività imprenditoriale per gli ex-partecipanti di Futuræ non è necessariamente un ripiego verso la disoccupazione o lavori non qualificati. Al contrario, la maggioranza sembra aver utilizzato il proprio *capitale umano* per rientrare nel mercato del lavoro in ruoli che spaziano dalla **media qualificazione** (Amministrazione, Ristorazione) a posizioni di **grande responsabilità e specializzazione** (Direzione IA, Responsabile RUP). Questo evidenzia che, pur non avendo avuto successo nell'imprenditoria (almeno per il momento), competenze e la determinazione degli ex-imprenditori rimangono un patrimonio prezioso per l'economia.

Conclusioni

Si può quindi concludere affermando che il 93% degli intervistati ha scelto l'Italia come prima scelta di destinazione. L'Italia gode di una forte attrattività iniziale per i migranti. Questo confuta l'idea di una scelta secondaria o di un Paese di passaggio anche per i lavoratori autonomi in potenza. L'attività imprenditoriale è spesso l'attuazione di un progetto di vita più ampio (es. ricongiungimento, valorizzazione di studi), e non solo una risposta alla necessità economica. L'impresa è il mezzo per stabilizzare e migliorare le condizioni familiari. Le reti migratorie consolidate di alcune nazionalità giocano un ruolo essenziale nel facilitare l'accesso e il supporto all'auto-impiego, creando un tessuto imprenditoriale variegato ma con poli di attrazione specifici. I dati sul livello di istruzione suggeriscono che il progetto Futurae si rivolge a un pubblico con un elevato potenziale imprenditoriale, grazie a un solido background educativo.

Questo permette di **progettare percorsi formativi avanzati**, programmi di formazione e supporto all'avvio di impresa in modo più strutturato per essere più complessi e approfonditi, sfruttando le competenze preesistenti degli intervistati. Il progetto può anche focalizzarsi su **competenze specifiche** invece di concentrarsi sulle basi, può dedicarsi allo sviluppo di competenze imprenditoriali avanzate, come la gestione finanziaria, il marketing digitale, l'accesso ai finanziamenti e la legislazione d'impresa, promuovendo l'innovazione e favorendo la creazione di imprese innovative e ad alto valore aggiunto, al fine di contribuire allo sviluppo economico del territorio. **Valorizzare le esperienze pregresse, integrando le conoscenze e le competenze e le abilità maturate nei paesi d'origine e nei percorsi accademici degli intervistati, trasformandole in un vantaggio competitivo.**

L'imprenditoria migrante in Italia, analizzata anche attraverso il progetto Futurae, si distingue per **dinamismo, diversificazione e adattamento**, con settori chiave come servizi e ristorazione, e una crescente attenzione al digitale e all'internazionalizzazione. L'imprenditoria migrante, sebbene dimostri forte resilienza e autonomia, è prevalentemente costituita da attività di sussistenza o molto piccole. Questa struttura è anche una risposta alle difficoltà di accesso al capitale e alla complessità burocratica legata all'assunzione di personale. Potrebbe essere utile avviare

programmi di supporto all'espansione e alla creazione di occupazione, data la netta prevalenza di attività senza dipendenti, il progetto dovrebbe concentrarsi su misure mirate per aiutare le microimprese ad ampliare la propria attività e a superare gli ostacoli all'assunzione di personale. Questo è cruciale per trasformare l'autoimpiego in vera creazione di posti di lavoro.

Inoltre, offrire una formazione **su capitale e burocrazia**, un supporto specifico in materia di accesso al credito/capitale e di gestione delle procedure burocratiche (soprattutto quelle relative all'assunzione) per ridurre le barriere che mantengono le imprese a livello di autoimpiego e anche **valorizzare la diversificazione**, supportando la crescente attenzione al digitale e all'internazionalizzazione, in quanto questi sono vettori di innovazione che arricchiscono il tessuto economico nazionale. Supportare questi imprenditori è fondamentale non solo per la loro integrazione economica ma anche per arricchire l'**economia italiana con nuove idee, competenze e connessioni globali**. Per sbloccare il pieno potenziale di queste imprese e favorire una crescita più robusta, il progetto Futurae dovrebbe focalizzarsi sui seguenti interventi:

- **facilitazione all'accesso al microcredito e garanzie**: rafforzare e sviluppare nuove partnership mirate con istituti di microcredito e banche etiche/sociali, offrendo percorsi preferenziali e, ove possibile, co-garanzie o supporto diretto nella presentazione della domanda di finanziamento, trasformando l'interesse verso il microcredito in un'opportunità concreta, sorpassando le barriere del credito bancario tradizionale.
- **supporto burocratico e informativo sui Bandi**, creazione di uno sportello informativo e di assistenza specializzato nella navigazione dei bandi (Invitalia, regionali, camerali), fornendo supporto pratico nella redazione e compilazione delle domande, che si sono dimostrate troppo complesse, aumentando drasticamente l'utilizzo di aiuti governativi e a fondo perduto, superando l'ostacolo della complessità burocratica.
- **sviluppo di reti e accesso a investitori**: promozione di piattaforme e iniziative di networking (es. pitch days, incontri con business angel o venture capital) per connettere gli imprenditori migranti con reti di investimento e mentorship formali e informali,

colmando il vuoto nel ricorso a investitori privati (attualmente quasi assente) e attraverso la messa a disposizione di mentoring strategico per l'espansione e l'innovazione.

Il progetto, pur essendo un punto di forza nel supporto iniziale (business plan, motivazione), deve necessariamente evolvere per affrontare le sfide sistemiche e accompagnare l'imprenditore oltre la fase di start-up.

Tab.4 Possibili aree di intervento e ipotesi di servizi integrativi per il progetto Futuraa

Area di Intervento	Azione/Servizio Proposto	Obiettivo
Accesso al Credito	<u>Sportello di mediazione creditizia e garanzia</u> : creare un servizio di counseling finanziario che funga da ponte tra imprenditori e istituti di credito/banche etiche. Offrire supporto nella redazione del business plan in chiave bancaria e nella ricerca di fondi di garanzia.	Aumentare la credibilità degli imprenditori migranti e facilitare l'accesso diretto a prestiti e microcredito.
Burocrazia e Bandi	<u>Workshop e assistenza specialistica sui Bandi</u> : organizzare sessioni di formazione specifica sulla gestione della burocrazia locale e sulla compilazione dei bandi pubblici e agevolati, con focus sulla semplificazione procedurale.	Rendere accessibili le opportunità di finanziamento governativo e ridurre lo scoraggiamento dovuto alla complessità amministrativa.
Networking e Mercato	<u>Piattaforma di networking post corso e mentorship</u> : creare una piattaforma attiva e occasioni periodiche di networking tra gli imprenditori del progetto, e con imprenditori locali di successo, anche per facilitare l'accesso a potenziali investitori privati.	Colmare la "mancanza di networking" percepita, promuovere scambi commerciali e aprire canali con investitori formali/informali.
Competenze e Supporto Pratico	<u>Consulenza marketing e digitale mirata</u> : offrire consulenze e corsi di comunicazione/social media che siano specificamente tarati sulle esigenze e il budget delle microimprese e start-up, evitando l'approccio orientato ai "grandi marchi".	Dotare gli imprenditori di strumenti di marketing moderni e realistici per competere sul mercato.
Inclusione Linguistica	<u>Traduzione dei contenuti formativi</u> : garantire la disponibilità di traduttori o materiali in più lingue per i contenuti formativi principali, soprattutto nelle fasi iniziali di interazione con la burocrazia.	Abbatte le barriere linguistiche e garantire la piena comprensione delle informazioni cruciali.
Sede e Logistica	<u>Spazi temporanei accessibili</u> : offrire un programma di accesso a sedi o spazi di coworking temporanei a costi ridotti, soprattutto nella fase di avvio, per abbattere i costi vivi iniziali.	Fornire un supporto tangibile che, insieme al finanziamento, sblocchi l'avvio delle attività.

In relazione alle cause di chiusura delle imprese si possono individuare le seguenti aree di miglioramento:

Tab.5.6.7.8. Possibili aree di intervento e ipotesi di servizi integrativi per il progetto Futurae in base alle risposte ottenute sulle chiusure

Criticità Indirizzata	Possibili Servizi / Interventi	Dettagli dell'azione
Gestione insostenibile dei costi (Costi > Ricavi)	"Clinic" di Cost Management e Prezzi	Corsi intensivi e consulenza one-to-one sull'analisi dei costi operativi (fissi e variabili), l'identificazione del punto di pareggio (break-even point) e la corretta strategia di prezzo per garantire margini.
Validazione e Sostenibilità del Modello	Mentoring Specialistico sul Business Plan	Servizi di verifica e affinamento del piano economico-finanziario con simulazioni di stress test prima dell'apertura. Focus su proiezioni realistiche di vendita e scenari di cash flow.
Domanda insufficiente/errata	Ricerca di Mercato e Posizionamento	Supporto per condurre micro-ricerche di mercato locali e per definire un posizionamento competitivo chiaro, che riduca il rischio di offrire un prodotto/servizio non richiesto.

Criticità Indirizzata	Possibili Servizi / Interventi	Dettagli dell'azione
Carenza di capitale proprio	Fondo di Microcredito a Impatto/Garanzia	Creazione di un fondo rotativo o di una convenzione con istituti che offrano microcredito agevolato per l'avviamento, vincolato al completamento del percorso formativo.
Bassa Soglia di resilienza finanziaria	Programma "Seed Capital" Ibrido	Strumenti finanziari che combinino una piccola quota a fondo perduto (per spese vive iniziali) con un prestito agevolato, per dotare l'impresa di un "cuscinetto" finanziario per i primi 6-12 mesi.
Difficoltà di accesso al credito bancario	Supporto alla richiesta di finanziamento	Assistenza professionale nella preparazione della documentazione e del pitch finanziario per le banche o i bandi pubblici, con enfasi sulla presentazione di garanzie alternative (es. garanzie del fondo, business angels).

Criticità Indirizzata	Possibili Servizi / Interventi	Dettagli dell'azione
Vulnerabilità a shock geopolitici	Mappatura delle catene di fornitura alternative	Formazione e consulenza per identificare e implementare strategie di approvvigionamento locale o diversificato, riducendo la dipendenza da un unico fornitore o da aree geografiche ad alto rischio.
Aumento improvviso dei costi	Strategie di copertura e contrattualistica	Formazione sulla negoziazione dei contratti con i fornitori (es. clausole di prezzo fisso/variabile) e sull'uso di strumenti minimi di copertura del rischio valuta o prezzo.

Bassa resilienza generale	Kit Digitale di Emergency Planning	Strumenti e modelli per definire scenari di crisi (es. interruzione fornitura, calo vendite) e preparare piani d'azione di emergenza per la liquidità.
---------------------------	------------------------------------	--

Criticità Indirizzata	Possibili Servizi / Interventi	Dettagli dell'azione
Chiusura rapida a sei mesi (Problemi di liquidità immediati)	Programma di allerta precoce	Monitoraggio mensile, leggero e obbligatorio, del cash flow nei primi sei mesi. L'intervento scatta automaticamente (es. tutor finanziario dedicato) al superamento di soglie di allarme predefinite.
Fase critica 18-24 mesi (Test di sopravvivenza a medio termine)	Revisione del Modello di Business (Check-up a 18 mesi)	Servizio di consulenza di alto livello a 18 mesi dall'apertura per una valutazione completa delle performance, identificazione delle aree di inefficienza e definizione di un piano di crescita/rilancio per il secondo anno.
Esigenza di mentoring continuo	Affiancamento post-avviamento (Tutoraggio continuo)	Assegnazione di un mentor esperto che non si limiti alla fase di planning, ma che segua l'imprenditore per almeno il primo anno, con focus sul problem solving pratico e la gestione delle prime crisi.

Il progetto Futurae ha avuto successo nel mobilitare l'energia e l'intenzione imprenditoriale, ma deve ora evolvere in un acceleratore di resilienza e crescita.

La strada da percorrere è chiara e richiede un cambio di paradigma:

- dalla formazione iniziale al supporto alla sopravvivenza (Anni 0-2): non basta insegnare a scrivere un business plan; è vitale fornire tutoraggio finanziario intensivo (le "Clinic di Cost Management"), monitoraggio predittivo del cash flow (Programma di allerta precoce nei primi sei mesi) e strumenti ibridi di seed capital per dotare l'impresa della liquidità necessaria a superare il break-even point.
- dalla microimpresa all'espansione: è essenziale concentrarsi sulla rimozione delle barriere che limitano la crescita:

- accesso semplificato al capitale: rafforzamento dello "Sportello di mediazione creditizia e garanzia" per superare la diffidenza del credito tradizionale.
- semplificazione burocratica e bandi: assistenza pratica e tradotta sulla complessità amministrativa e sui bandi pubblici per sbloccare i finanziamenti governativi.
- Connessioni strategiche: promozione di piattaforme di networking con business angel e investitori formali per colmare il vuoto di capitale di rischio.
- Valorizzazione del risultato non finanziario: l'imprenditoria migrante deve essere vista non solo come un'opportunità di lavoro, ma come un moltiplicatore economico in grado di importare know-how, diversificare i settori e arricchire il tessuto sociale con nuove connessioni globali (come dimostrato dall'attenzione all'internazionalizzazione e al digitale).

In sintesi, il progetto ha dimostrato che il capitale umano è eccezionale; la sfida futura è dotare questo capitale umano dei necessari strumenti finanziari, amministrativi e di resilienza operativa per trasformare la forte motivazione iniziale in successo economico sostenibile e creazione di valore per il Paese.