

IMMIGRATI E CITTADINANZA ECONOMICA

Consumi e accesso al credito nell'Italia multi-etnica

Censis – E-st@t Gruppo Delta

Abstract della ricerca

Lo studio è stato realizzato per E-st@t Gruppo Delta da un gruppo di lavoro del Censis coordinato da Francesco Estrafallaces e Anna Italia e composto da Fiorella Falcone, Vera Rizzotto e Vittoria Coletta.

L'indagine field su un campione di immigrati residenti in Italia è stata realizzata per il Censis dalla società CoDres di Roma.

Si ringraziano Roberta Gallato di E-st@t e Diletta Pedani del Gruppo Delta per la preziosa collaborazione e il Comitato Scientifico di Indirizzo della ricerca composto da: Anna Bartolini, Lino Busà, Oliviero Forti, Raffaele Miele.

Premessa

I dati e le considerazioni riportati nelle pagine che seguono sono tratti da uno studio promosso dalla società E-st@t, del Gruppo Delta. Lo studio ha l'obiettivo di analizzare e definire i comportamenti di consumo e di risparmio degli stranieri residenti in Italia, partendo dalla constatazione che attualmente vivono nel nostro Paese circa 2 milioni e mezzo di immigrati regolarmente soggiornanti e più di 2 milioni di residenti. Secondo l'ultimo Censimento della popolazione (anno 2001) le famiglie con almeno uno straniero risultano più di 440.000. L'impatto sociale e economico di questa nuova componente demografica del Paese non può non essere rilevante: in alcune città la quota di immigrati sulla popolazione sfiora il 10%; gli alunni stranieri nelle nostre scuole rappresentano circa il 4% della popolazione scolastica; aumentano i matrimoni misti, così come le richieste di cittadinanza e le famiglie che hanno tutti i componenti stranieri (sono più di 198.600); ed è sempre più importante e riconosciuta la partecipazione degli immigrati al mercato del lavoro per svolgere professioni che gli italiani non intendono più esercitare, ma anche per avviare imprese e dedicarsi al lavoro autonomo.

Dai dati complessivi dello studio sembrerebbe parzialmente superata la visione stereotipata di un immigrato povero, disagiato, marginale, che invia in patria i propri guadagni e vuole tornare il prima possibile nel proprio Paese, per essere soppiantata da una pluralità di figure distinte per progetti di vita, posizione professionale, situazione abitativa, classe reddituale. *In sostanza, la maggioranza degli stranieri genera una consistente domanda di consumi sia di beni di prima necessità che di beni voluttuari, manifestando stili di spesa sempre più differenziati.*

Questo studio ha inteso cogliere, pertanto, sia i comportamenti economici prevalenti nella popolazione immigrata che le molteplici sfaccettature che contraddistinguono ormai le famiglie di immigrati, esattamente come accade per quelle italiane. Questo Abstract sintetizza pertanto i risultati dell'indagine di campo effettuata dal Censis nel mese di novembre 2005 su un campione di 800 immigrati residenti nel nostro Paese.

I CIRCUITI ECONOMICI NELL'ITALIA DEGLI STRANIERI

Il patrimonio della diversità

Più di 2 milioni di persone, tanti quanti sono gli immigrati adulti in Italia, non possono essere visti solo come forza lavoro e fonte di nuove istanze di *welfare*. Non appaia retorica l'affermazione secondo cui i molti stranieri provenienti dai Paesi in via di sviluppo sono - e saranno nell'immediato futuro - portatori di nuova linfa e relazionalità, di bisogni e di servizi (non necessariamente a basso valore aggiunto) che il mercato dovrà soddisfare, di nuovi circuiti di consumo che si potranno innestare in quelli, attualmente asfittici, in cui sono "incanalate" le famiglie italiane.

Per una volta converrebbe lasciare da parte il concetto di diversità - che pure innegabilmente esiste tra le famiglie italiane e quelle dei lavoratori immigrati - come unica chiave di lettura sociologica del consistente fenomeno migratorio che il nostro Paese registra attualmente per passare ad analizzare ciò che la realtà mostra, ciò che il territorio lascia emergere. Le differenze culturali e le innegabili difficoltà economiche registrate da molti stranieri nascondono, in realtà, un universo molto vario, fatto di comportamenti di consumo altamente segmentati, di stili di vita in costante evoluzione, di comportamenti di risparmio differenziati, di voglia di fare impresa.

Le consistenti ondate migratorie registrate negli ultimi anni in Italia pongono indubbiamente il problema di attivare politiche e strumenti idonei a garantire la progressiva inclusione degli stranieri nel tessuto sociale italiano. L'integrazione sociale e economica è dunque un processo non semplice da affrontare, che richiede strumenti adatti e che suscita ampi dibattiti e confronti, ma non è l'unica via per analizzare e tenere conto del fenomeno migratorio. Forse i tempi sono maturi per passare ad un dibattito che finalmente consideri la presenza straniera in Italia non solo come un problema da risolvere, ma come un'opportunità, visto che molto sta cambiando: dal rapido incremento dei titolari stranieri di imprese localizzate in Italia (+24% tra il 2002 e il 2005, oltre 185.000), alla diffusa presenza di lavoratori immigrati nel sistema delle cooperative, spesso nella veste di soci (si stima che nel 10% delle cooperative sociali e in più del 50% in quelle di servizi vi siano soci stranieri). Che gli immigrati non siano soggetti passivi

dell'economia nazionale è provato, d'altra parte, da alcuni dati concernenti il sistema del credito: più del 50% delle famiglie straniere analizzate in questo studio promosso da E-st@t Gruppo Delta, mostra un apprezzabile livello di bancarizzazione (in quanto dispone di conto corrente bancario o postale e di carta Bancomat), utilizza frequentemente e senza problemi i servizi bancari, il 23% ha sottoscritto in passato un contratto di credito al consumo, l'11,2% ha attivato un mutuo per l'acquisto di una casa e il 17,5% sta pensando di sottoscriverlo. Non si intende, in questo modo, edulcorare un quadro sociale che mostra una quotidianità fatta anche in larga misura di difficoltà, di rinunce, di spese contenute per scarsa disponibilità di denaro. Tuttavia è innegabile che la componente straniera oggi presente nel nostro Paese mostra un accentuato dinamismo economico ed un rapporto con il sistema del credito che rivela crescenti e interessanti livelli di inclusione socio-economica.

Del resto, l'incremento medio annuo del 51%¹, tra il 2000 e il 2004, del credito complessivo erogato agli immigrati è sufficiente a indicare che la presenza degli stranieri in Italia sta rapidamente mutando e che con essa dovrà cambiare il sistema dell'offerta di credito, per cogliere opportunità di *business* nuove, proprie di un Paese moderno quale il nostro intende essere. *E non sarà sufficiente individuare un generico prodotto di credito per le famiglie immigrate, ma occorrerà pensare a una gamma ampia di prodotti e servizi, tanti quanti sono le diverse necessità espresse dal mondo delle famiglie straniere, esattamente come oggi accade per quelle italiane. Competitivi saranno pertanto gli operatori del credito che sapranno fare cadere una visione strategica limitata al "recinto" di un mercato tutto italianocentrico, allargando viceversa la visuale su segmenti di mercato composti oltre che da famiglie di italiani anche da cittadini stranieri portatori di nuove opportunità e di una diversità che è patrimonio da salvaguardare.*

Partendo da tali considerazioni E-st@t Gruppo Delta, con la collaborazione scientifica del Censis, ha inteso analizzare i comportamenti economici di un campione di 800 immigrati residenti in Italia, al fine di delineare i tratti salienti di questo complesso mosaico di soggettività e di individuarne le componenti principali. Per tali motivi l'indagine campionaria ha seguito un percorso in cui sono stati presi in considerazione fattori che direttamente e indirettamente incidono sui comportamenti economici delle famiglie straniere. Si è tenuto conto sia dei comportamenti di consumo degli immigrati che del loro approccio con il sistema del credito. In particolare si

¹ E' quanto risulta dalle analisi di Assofin-Crif-Prometeia

sono presi in considerazione *aspetti micro* che consentono di costruire un quadro molto dettagliato e segmentato dell'universo preso in considerazione: dal progetto migratorio al *sentiment* prevalente e alla visione del futuro delle famiglie, dai luoghi e percorsi di consumo alla misurazione delle capacità di spesa, dalla propensione all'indebitamento ai rapporti con l'articolato sistema delle reti e degli sportelli bancari, dai rapporti con le società finanziarie all'approccio con il credito al consumo.

La vita degli altri: quotidianità e comportamenti economici delle famiglie straniere

Spesso gli immigrati sono intesi come "altri" rispetto al vivere quotidiano degli italiani, senza rendersi conto che molti di essi esprimono stili di vita che si avvicinano ormai ai nostri e generano esigenze di consumo nuove. Questo essere "altro" rivela al proprio interno ulteriori differenziazioni nei modi di sentire e di vivere la quotidianità, tanto che questo universo appare più come un caleidoscopio di fenomeni molteplici che come un quadro piatto e statico.

Questa differenziazione degli stili di vita non viene meno neanche di fronte ad un fenomeno che emerge dai dati campionari raccolti, ovvero il diffuso desiderio di molti stranieri di rimanere stabilmente in Italia. L'analisi del modo - o meglio dei modi - di percepire il contesto circostante e di guardare al futuro non poteva, dunque, prescindere da alcune considerazioni sul progetto migratorio. E' innegabile, infatti, che *l'orizzonte temporale di permanenza dei lavoratori stranieri incide in modo rilevante sui comportamenti di consumo e di risparmio*; e il fatto che segmenti molto ampi del campione si sentano in qualche misura radicati o che vogliano radicarsi nel tessuto sociale italiano e rimanere nel nostro Paese stabilmente genera una domanda aggiuntiva di beni e servizi che può avere effetti positivi per il mercato. Il 58% degli intervistati prevede di rimanere in Italia a lungo, a sottolineare come il nostro Paese rappresenta per la larga maggioranza di queste persone un'opportunità di riscatto, l'aspirazione ad una vita migliore, l'opportunità di un lavoro e, per alcuni, la possibilità di crescita professionale e culturale. Ma, come si vedrà più avanti, anche coloro i quali non hanno ancora un progetto migratorio ben definito, perché giunti da poco in Italia, possono rappresentare, pur nella loro provvisorietà, importanti attori del mercato.

Il campione analizzato restituisce due macrocategorie utili a contestualizzare meglio l'universo dell'immigrazione: da un lato vi è una componente minoritaria, giunta in Italia da più tempo (alla fine degli anni '80 e alla metà degli anni '90), con una più spiccata vocazione alla stabilità; dall'altro vi è una componente che mostra caratteri più dinamici e in marcata evoluzione, spesso con un progetto migratorio meno definito. Il primo gruppo è composto prevalentemente da africani e asiatici, residenti per lo più nelle regioni settentrionali e di età media superiore ai 30 anni, che avendo raggiunto una posizione lavorativa stabile e un reddito medio presentano un apprezzabile livello di inclusione sociale e manifestano stili e comportamenti di consumo, per alcuni versi, abbastanza vicini a ciò che è riscontrabile tra la maggioranza delle famiglie italiane. Il secondo raggruppamento si compone invece in maggioranza di cittadini provenienti dai Paesi dell'Europa Centro-orientale e dai latino-americani, spesso si tratta di persone con un lavoro a tempo determinato e con un reddito piuttosto contenuto, con comportamenti di consumo meno articolati rispetto a ciò che si riscontra nel primo raggruppamento, ma con un accentuato dinamismo, che si esprime nel diffuso ottimismo con cui si guarda al futuro e nella voglia di migliorare rapidamente le condizioni economiche.

In effetti, colpiscono non poco i dati sulle previsioni di crescita espresse dagli intervistati, tra i quali emerge un *sentiment* positivo nei confronti del futuro, difficilmente percepibile oggi tra le famiglie italiane. In particolare, il 70% degli intervistati ritiene che nei prossimi mesi il proprio reddito aumenterà, il 61% ritiene che potrà incrementare le proprie capacità di spesa e il 42% prevede l'incremento della propria capacità di risparmio. E' evidente che su tali dati di tendenza agiscono molteplici fattori, tra cui i bassi livelli di reddito di partenza che spingono a prevedere piccoli ma continui possibili miglioramenti della capacità di guadagno e delle disponibilità economiche, nonché una componente di ordine psicologico che spinge alla diffusa determinazione a migliorare le proprie condizioni di vita e al bisogno di riscatto sociale.

In questo contesto di crescita non eclatante ma progressiva quali circuiti seguono i redditi da lavoro e i risparmi delle famiglie immigrate?

Definire una mappa della ripartizione delle risorse economiche può offrire informazioni particolarmente interessanti. Basti pensare che il 47% del *budget* familiare è destinato alle spese per vitto e alloggio, il 24% ad altre spese correnti (vestiario, trasporti, spese scolastiche, ecc.), il 14% è destinato alle rimesse nel Paese di origine e il 15% viene risparmiato (per fini cautelativi e per spese future). Ciò che colpisce è che tali percentuali

non variano in modo rilevante tra le differenti classi di reddito considerate ed appare forte ovunque sia la propensione al risparmio che all'invio di rimesse. In particolare, il 67% degli intervistati invia regolarmente denaro nel Paese d'origine e si stima che si tratti complessivamente di un ammontare non inferiore a 5 miliardi di euro l'anno². Ciò significa che è diffusa tra le famiglie immigrate la necessità di gestire in modo efficiente e comodo tali risorse attraverso strumenti di risparmio o di invio di denaro che non abbiano costi eccessivi. L'offerta di servizi bancari e finanziari *ad hoc*, pur in fase di espansione, sembra ancora sottodimensionata; infatti se è vero che il numero di immigrati che hanno un conto corrente bancario o postale è elevato, la percentuale di chi invia le rimesse attraverso canali informali è ancora molto diffusa. Esistono dunque spazi di mercato ancora aperti in cui probabilmente gli operatori del credito più efficienti possono posizionarsi.

D'altra parte, le spese per vitto e alloggio assorbono una quota talmente ampia di redditi (per lo più di ammontare contenuto), che restano scarse disponibilità liquide per gli acquisti di beni e servizi che possono migliorare la qualità della vita (finalità alla quale, senza dubbio, molti stranieri aspirano): dalla dotazione minima d'arredamento, agli elettrodomestici, ad un mezzo di locomozione. Date queste condizioni di partenza, forme di credito come i prestiti personali e il credito al consumo possono verosimilmente trovare spazio crescente, se opportunamente calibrati, tra gli immigrati. Tutto infatti lascia immaginare che l'espansione di tali servizi finanziari possa essere molto rilevante già nel breve periodo. La domanda di alcuni beni durevoli, in particolare, è in progressiva crescita: nel breve periodo, infatti, le risorse economiche degli stranieri contattati si concentreranno sull'acquisto di prodotti elettronici, quali il personal computer in primo luogo, sull'acquisto di un motociclo, di mobili per la casa, di un'autovettura usata e su nuovi elettrodomestici. Che questa propensione verso nuove spese sia in aumento, d'altra, parte è confermata dalla crescita delle domande di credito al consumo.

Alla luce di quanto detto è possibile delineare un *modello di consumo* che consenta di capire meglio le esigenze, le aspettative e i comportamenti degli immigrati?

² Attraverso i canali ufficiali (banche, Uffici postali e agenzie di money transfer) sono transitati, nel 2004, 2,094 miliardi di euro di rimesse dall'Italia all'estero, così come rilevano Banca d'Italia e UIC. La Caritas stima una cifra non inferiore a 5 miliardi di euro considerando anche i flussi di denaro effettuati tramite canali non ufficiali (trasferimenti di denaro effettuati di persona, invio di beni materiali, ecc.).

Come affermato in precedenza è difficile parlare di un univoco comportamento; sono viceversa individuabili almeno tre diversi segmenti di mercato di proporzioni non molto dissimili l'uno dall'altro, capaci di comporre una struttura piramidale, che va, dunque, restringendosi al crescere delle disponibilità di reddito e della capacità di spesa delle famiglie, nonché all'aumentare del tempo di permanenza in Italia. I dati del campione analizzato permettono di delineare con chiarezza i differenti modelli che attualmente emergono tra la popolazione di stranieri in Italia.

Il “basamento” di questo sistema risulta composto da poco più del 37% degli immigrati adulti presenti in Italia; si tratta per lo più di stranieri in giovane età, non oltre i 25/30 anni, giunti nel nostro Paese dopo il 2000. Il modello di consumo può definirsi “basic”, nel senso che esso è fortemente condizionato dalle scarse disponibilità di spesa; le scelte di acquisto sono guidate esclusivamente dal *fattore prezzo* (nel senso che si scelgono i prodotti con i prezzi più contenuti), la qualità non è un criterio guida nelle scelte di consumo e i punti di vendita maggiormente frequentati sono gli *hard discount* e i mercati rionali. Questo segmento potrebbe inoltre definirsi a *basso tenore di consumo*: il livello di reddito infatti non consente di programmare delle spese per beni durevoli, se non in misura molto contenuta. Il possesso di alcuni beni come un mezzo privato di locomozione o piccoli elettrodomestici o, ancora, alcuni prodotti tecnologici, è ancora ampiamente fuori dalla portata di questo gruppo di immigrati.

E' possibile individuare un “corpo intermedio”, nel quale si colloca grosso modo il 32% degli immigrati, giunti in Italia tra la metà e la fine degli anni '90, anche se non mancano arrivi più recenti. Sono molti i trentenni e i quarantenni dotati di un buon livello di istruzione, con una *élite* composta anche da laureati. Molti degli stranieri inseriti in questo segmento intermedio intendono vivere permanentemente in Italia, hanno già avviato un percorso di vita e professionale che li spinge a forme abbastanza solide di inclusione economica e di integrazione sociale. I livelli di reddito non sono tuttavia elevati o tali da indicare dei consumi elevati; si tende piuttosto a mediare molto tra qualità e prezzo, a risparmiare ove possibile; i comportamenti di spesa sono debolmente improntati alla selettività (dei prodotti), senza mai eccedere, mentre i luoghi di acquisto sono per lo più i grandi supermercati o i mercati rionali con rare concessioni ai piccoli negozi di quartiere con prodotti di qualità medio-alta. Gran parte di queste persone prevede, nell'immediato futuro, una crescita moderata dei propri redditi cui corrisponderà un pari incremento delle spese familiari, che si concentreranno prevalentemente nell'acquisto di nuovi prodotti elettronici (nuovo televisore, PC), in articoli d'arredamento e in nuovi elettrodomestici,

in una prospettiva di miglioramento della vita quotidiana. Questo segmento della popolazione immigrata manifesta, dunque, stili di vita improntati alla moderazione e un diffuso senso di responsabilizzazione che si mostra nel desiderio di migliorare progressivamente lo *status* economico e sociale e nei tentativi di progressiva integrazione nel tessuto social italiano.

Vi è infine un terzo segmento che rappresenta il 31% della vasta comunità di immigrati in Italia, al vertice del sistema piramidale cui si è fatto riferimento. Si tratta delle famiglie dotate di redditi più elevati rispetto alla media complessiva del campione analizzato, anche se i casi di consistente benessere, paragonabile a quello raggiunto da gran parte delle famiglie italiane, sono piuttosto limitati. Presente in Italia dai primi anni '90 questa categoria di immigrati registra un livello di inclusione sociale elevato: il lavoro a tempo indeterminato è molto diffuso, così come i ricongiungimenti familiari, ma soprattutto gran parte delle famiglie di questo segmento prevede di rimanere a lungo nel nostro Paese. Rispetto al resto dell'universo degli immigrati, questa particolare componente manifesta un modello di consumo evoluto, con comportamenti di spesa più selettivi rispetto a quanto accade nei gruppi ai quali si è accennato in precedenza. Il diffuso ricorso alle strutture della Grande Distribuzione Organizzata (per l'acquisto di prodotti alimentari) avviene più per un fatto di comodità e, in subordine, per mediare tra qualità e prezzo di un prodotto, esattamente come accade nei processi di acquisto delle famiglie italiane; risulta inoltre abbastanza diffuso il ricorso alla distribuzione tradizionale presso la quale si ricercano prodotti di qualità medio-alta. L'elevata dotazione di beni durevoli testimonia l'apprezzabile livello di benessere raggiunto, rispetto alla media generale del campione analizzato, così come la domanda futura di nuovi consumi appare ragguardevole.

Altri elementi consentono di segmentare ulteriormente l'universo dei lavoratori immigrati. Per ora è sufficiente però fermarsi allo stadio di dettaglio appena descritto per comprendere che la domanda di consumi si presenta ormai *proteiforme* e che in quanto tale configura molteplici aree di mercato imponendo così sfide nuove e molteplici strategie di marketing.

Valore strategico e opportunità del credito ai migranti

Gli immigrati rappresentano una delle componenti del futuro mercato del credito. Non sono sicuramente l'unico segmento nuovo al quale gli operatori possono rivolgere la propria attenzione, ma si configurano come una componente da non sottovalutare.

Vi sono dei dati di partenza che fanno capire l'importanza di monitorare in modo sempre più efficace la popolazione immigrata e di elaborare strategie di mercato articolate. Qui è sufficiente ricordare alcuni dati e elementi essenziali che emergono dall'indagine:

- la domanda di credito e la propensione all'indebitamento risultano piuttosto diffuse tra la popolazione immigrata;
- è consistente la percentuale di stranieri che fa ricorso al credito al consumo e si profila molto ampia la quota di mercato rappresentata da nuovi potenziali fruitori di tali forme di finanziamento;
- l'uso di strumenti di gestione e di risparmio di denaro, come il conto corrente e la carta Bancomat è ormai molto diffuso e lascia presagire un rapporto non problematico e non difficoltoso (per il semplice fatto di essere stranieri) con il sistema delle banche;
- assume già oggi valori interessanti il numero di famiglie impegnate o interessate a sottoscrivere un mutuo per la casa, delineando in questo modo un ulteriore segmento di mercato interessante nell'ambito dei finanziamenti immobiliari.

All'interno del campione analizzato il 42% degli intervistati ha fatto richiesta in passato di un prestito sotto forme diverse, che vanno dalla richiesta di denaro contante al pagamento dilazionato nel tempo, fino ad acquisti finanziati tramite credito al consumo. Il dato è interessante poiché si configura come una *proxy* della propensione all'indebitamento, che peraltro tende a crescere all'aumentare del reddito delle persone contattate: essa va dal 23% degli immigrati con un reddito mensile che non supera 600 euro, fino al 73% di coloro che percepiscono 2.000 euro e più. La pratica di acquistare a rate o di contrarre piccoli debiti è molto diffusa tra gli immigrati e non necessariamente essa è dettata da situazioni di necessità (se è vero che anche tra chi dispone di un reddito più alto della media è diffuso tale atteggiamento); vi è dunque un approccio al debito meno inibente e

restrittivo di ciò che accade tra gli italiani, anche tra gruppi notoriamente più oculati nella gestione della liquidità, come gli asiatici e i latino-americani.

Particolarmente interessante risulta l'analisi dei canali di finanziamento ai quali si ricorre. In ordine decrescente gli immigrati fanno ricorso:

- a) alle reti amicali o parentali, quindi a sistemi informali di credito e di sostegno materiale, cui fa riferimento quasi il 40% degli stranieri;
- b) al sistema bancario, indicato dal 38% di chi ha avuto in passato necessità di sottoscrivere un prestito personale;
- c) alle agenzie finanziarie sia per prestiti personali che, più frequentemente, per la sottoscrizione di contratti di credito al consumo, cui fa riferimento il 30% del campione;
- d) agli acquisti rateali direttamente presso i punti di vendita, spesso anche attraverso accordi informali tra il venditore e l'acquirente, cui ricorre il 17,2%;
- e) e, in misura assai ridotta, ai prestiti presso le Poste italiane, indicati dall'1,6% degli intervistati.

Il sistema informale del credito, attraverso le reti parentali, assume pertanto particolare rilievo, ma il tasso di ricorso ai *canali formali e istituzionali* quali le banche e le società finanziarie sembra oramai assumere pari importanza, ad indicare la rapida evoluzione dei comportamenti di spesa e di quelli finanziari degli stranieri in Italia.

A ulteriore conferma di quanto detto, anche la percentuale di chi ricorre al credito al consumo risulta più che apprezzabile; *il 23% degli intervistati ha già usufruito in passato di tali forme di finanziamento agli acquisti*. Tale percentuale è più bassa di quella riscontrata tra le famiglie italiane (35% di famiglie utilizzatrici di credito al consumo), *ma ciò che è rilevante è la percentuale di immigrati interessati a tale forma di finanziamento: si tratta del 46% del campione, una quota che definisce una potenziale nuova area di mercato assai ampia* e che lascia intendere l'opportunità per gli operatori del credito di definire nuove strategie di penetrazione in tale segmento parzialmente inesplorato.

Il quadro è completato dai dati sui mutui. Come indicato in precedenza, l'11,2% ha già sottoscritto con una banca questo tipo di contratto e il 17,5%

pensa di farlo a breve e la percentuale più elevata di sottoscrittori effettivi si riscontra tra i latino-americani e, ad una certa distanza, tra gli africani.

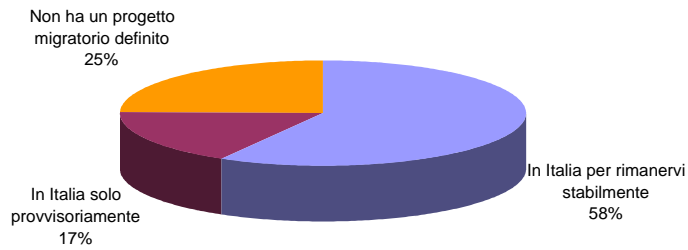
Anche i dati sul livello di bancarizzazione possono aiutare a definire meglio l'approccio che gli immigrati hanno sviluppato con il sistema creditizio. In particolare, il 43,4% degli intervistati è in possesso di un conto corrente bancario e il 41,1% dispone di carta Bancomat, mentre meno diffusi, ma attestati su livelli interessanti, sono il conto corrente postale (17,6%), il libretto di risparmio (16,1%) e la carta di credito (13,1%).

In un contesto siffatto, in cui anche per gli immigrati il rapporto con il denaro e la propensione al credito assumono rilevanza crescente, acquisisce centralità *l'analisi dei livelli di solvibilità* degli immigrati. In linea generale è possibile rilevare che del 42% di coloro che hanno contratto un debito, appena il 2% non è riuscito a rispettare le scadenze di pagamento o non ha restituito il prestito e il 17% lo ha restituito seppure con molte difficoltà, mentre il 31% ha restituito il debito con irrilevanti difficoltà e il restante 50% non ha avuto alcun problema di percorso. Nel complesso l'area critica risulta limitata, il che lascia pensare che i livelli di rischio siano, per il complesso dell'universo degli immigrati, piuttosto contenuti. La misurazione dei livelli di rischio richiede tuttavia più approfonditi supplementi di analisi data l'accentuata variabilità dei comportamenti di spesa, di risparmio e di indebitamento.

Come più volte affermato, infatti, l'universo degli immigrati oggi presenti in Italia risulta molto differenziato al proprio interno: i comportamenti di consumo e di risparmio, così come gli stili di vita, ai quali sopra si è fatto riferimento, presentano a loro volta molteplici sfaccettature. Essi sono tanti e tali da avere consentito, attraverso una tecnica di statistica multivariata, di definire 6 diversi profili di consumo e di risparmio, per la cui descrizione si rinvia al testo completo della ricerca. A ciascun profilo corrisponde uno specifico livello di propensione all'indebitamento e uno specifico livello di rischio di insolvenza. Tutto ciò lascia intendere che dal punto di vista degli operatori del credito il sistema delle famiglie immigrate si compone di segmenti differenti l'uno dall'altro, aggredibili attraverso politiche di mercato inevitabilmente differenziate.

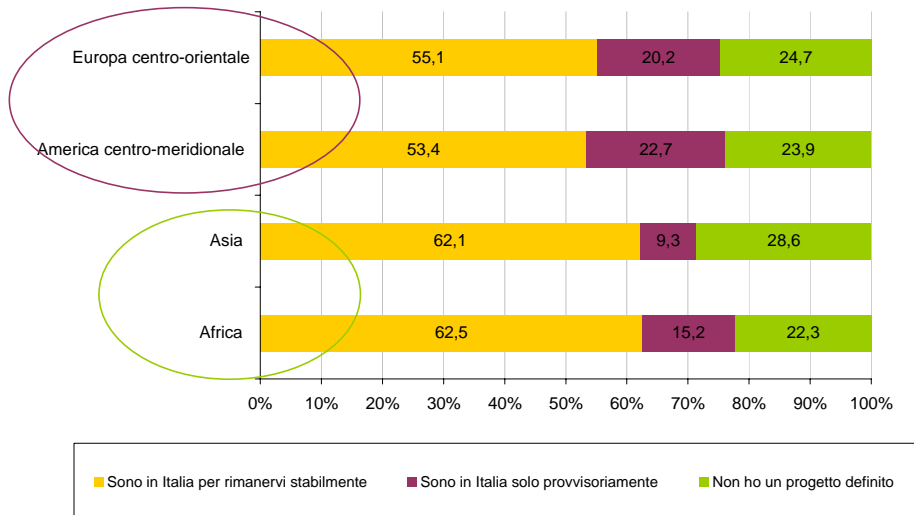
Sintesi dei risultati dell'indagine field

Progetto migratorio del campione di immigrati



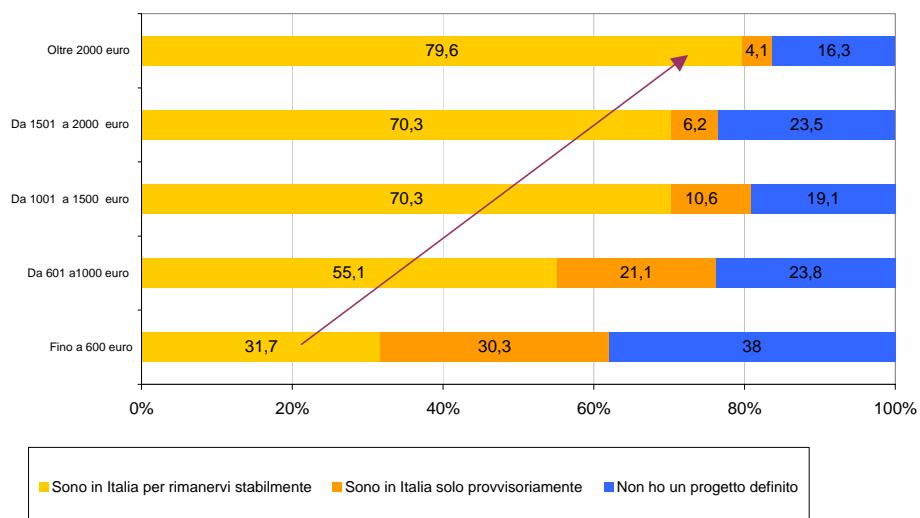
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Progetto migratorio degli intervistati, per aree di provenienza



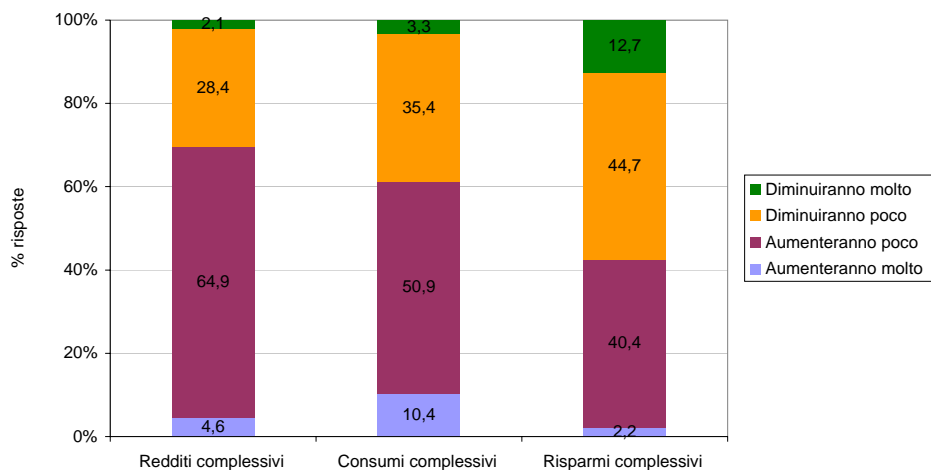
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Il progetto migratorio in base al reddito percepito



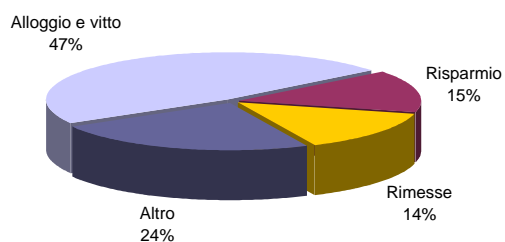
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Previsioni sull'andamento dei redditi, dei consumi e dei risparmi nei prossimi 6 mesi



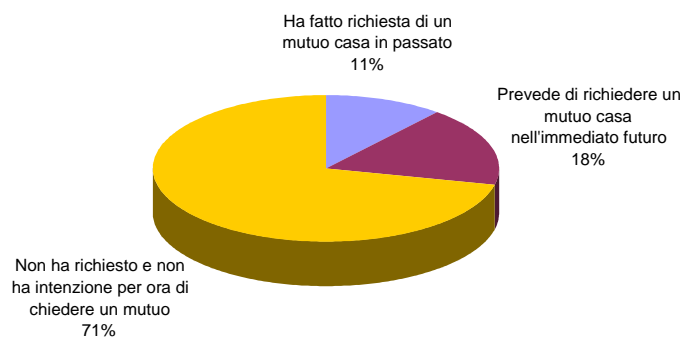
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Ripartizione percentuale del budget disponibile delle famiglie immigrate in Italia



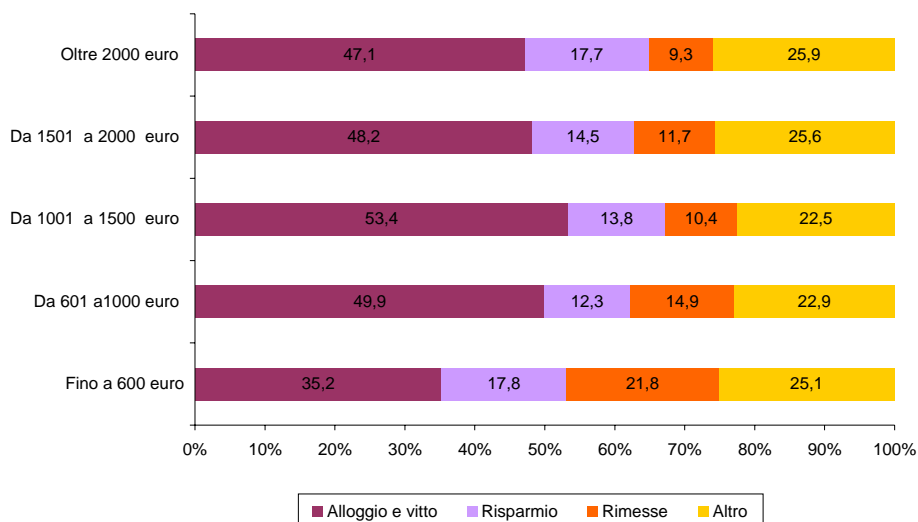
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Diffusione delle richieste di mutuo per la casa da parte degli immigrati intervistati



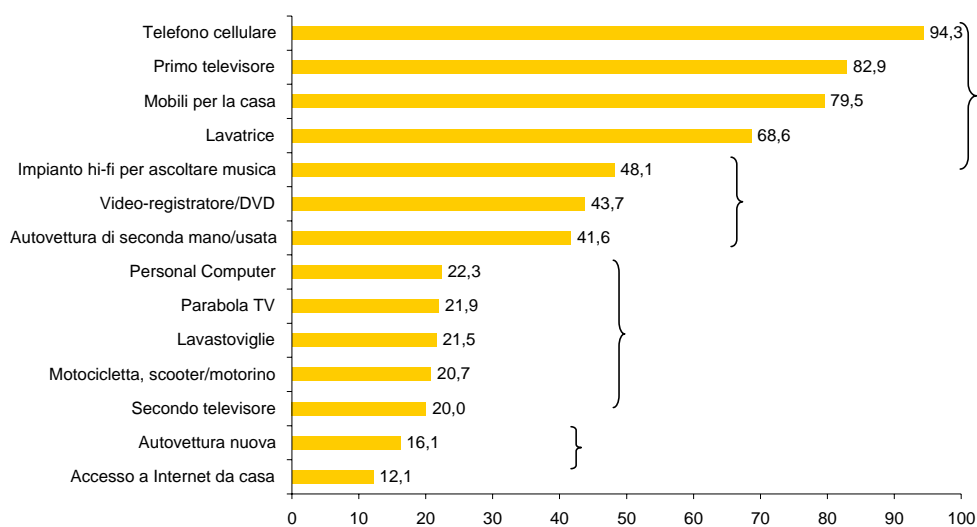
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Ripartizione del budget disponibile nelle famiglie di immigrati in Italia, per fasce di reddito



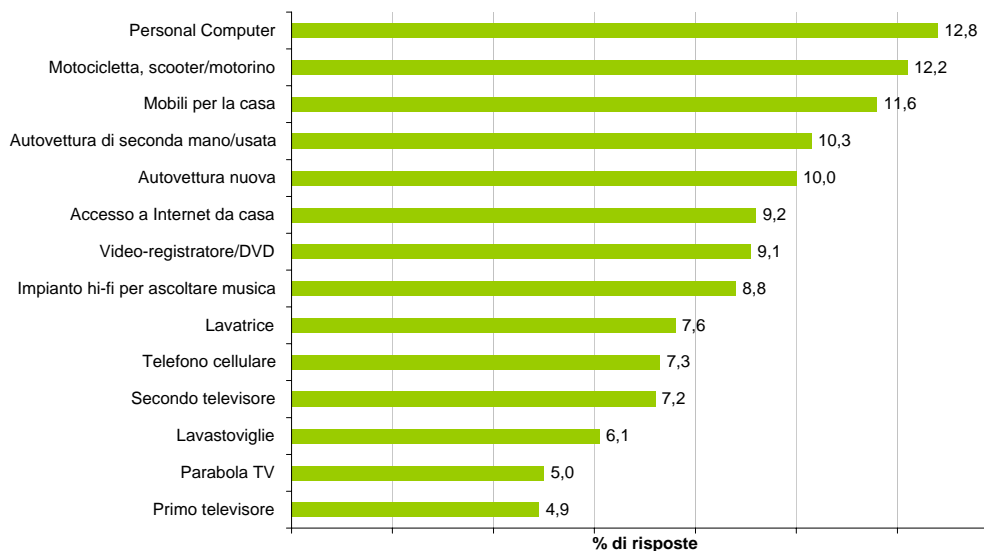
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Beni posseduti dagli intervistati (val. %)

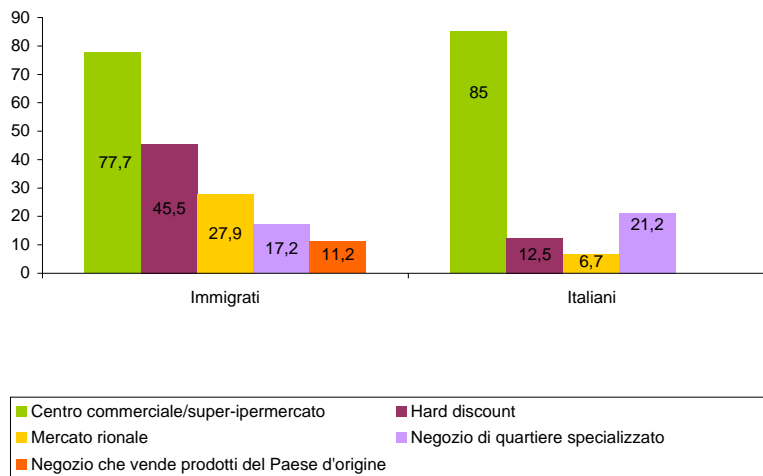


Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

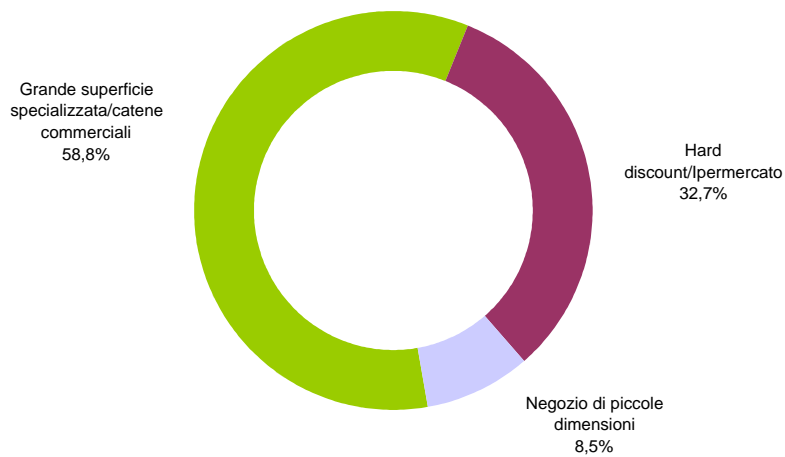
Previsioni d'acquisto delle famiglie immigrate



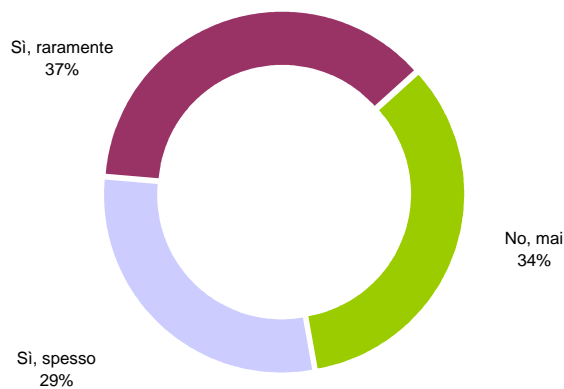
Prime due tipologie di negozio scelto dagli italiani e dagli immigrati per l'acquisto di generi alimentari



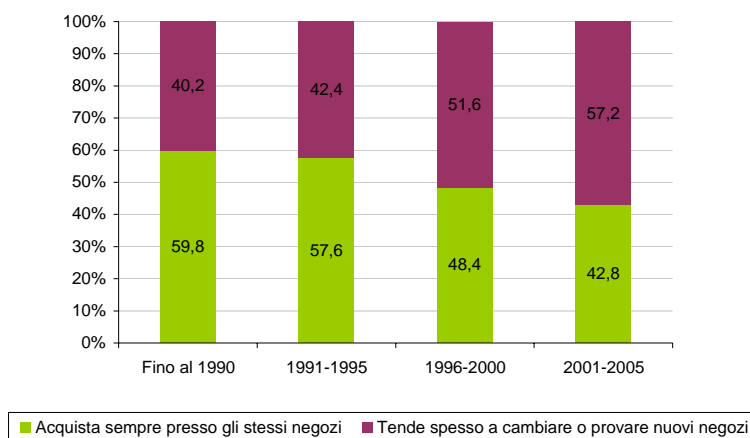
Tipo di negozio scelto per l'acquisto di elettrodomestici e prodotti tecnologici dalle persone immigrate intervistate



Percentuale di intervistati che trascorre il tempo libero in un centro commerciale

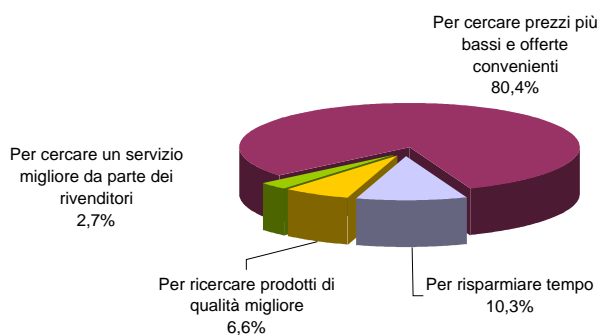


Fedeltà al punto vendita da parte degli immigrati intervistati per gli acquisti alimentari, per anno di arrivo in Italia



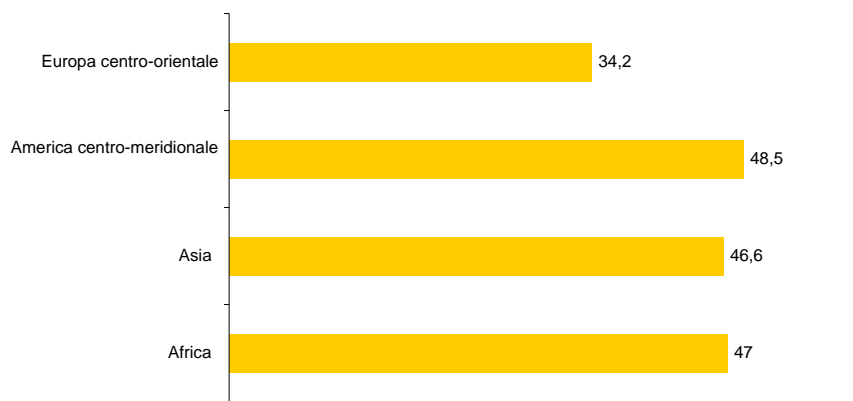
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Motivi del cambio di punto vendita da parte degli immigrati intervistati



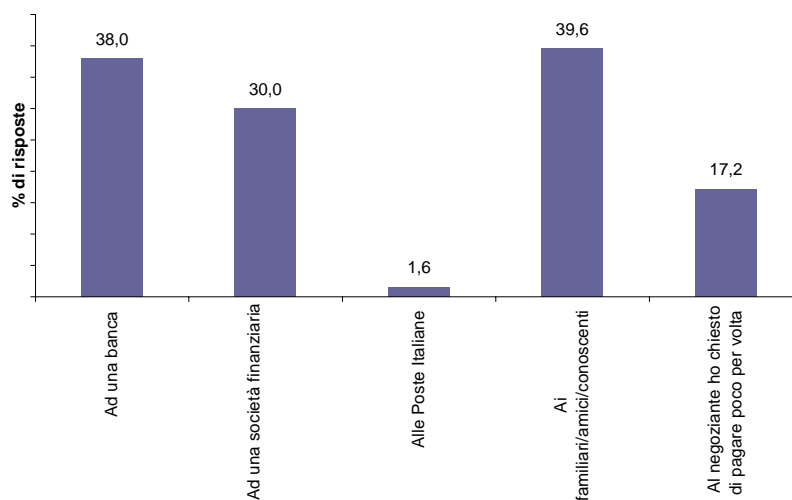
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Percentuale di immigrati che hanno richiesto un prestito o acquistato a rate, per area di provenienza (val.%)



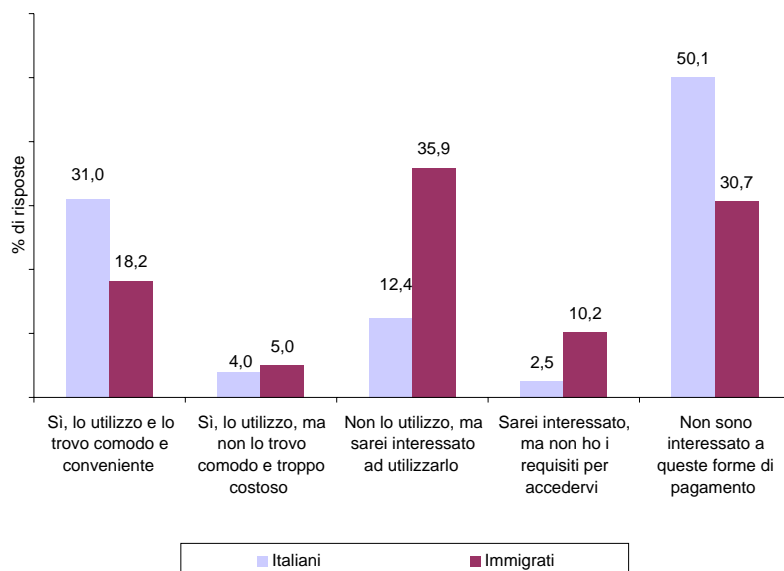
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Canali di finanziamento utilizzati dagli intervistati che hanno chiesto un prestito o che hanno acquistato a rate



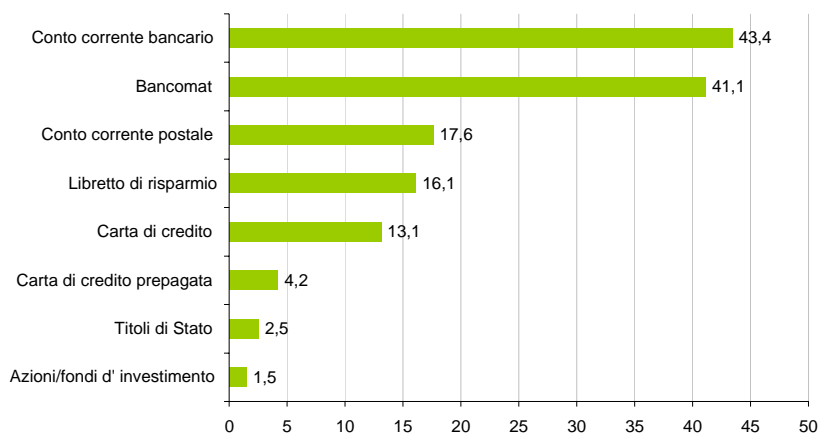
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Utilizzo del credito al consumo, Italiani e Immigrati



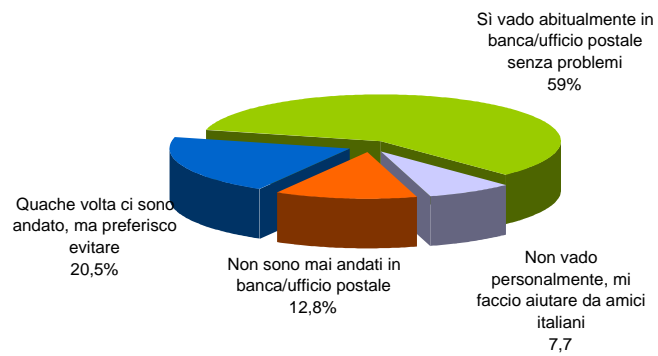
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Possesso dei principali strumenti di credito e pagamento (val.%)



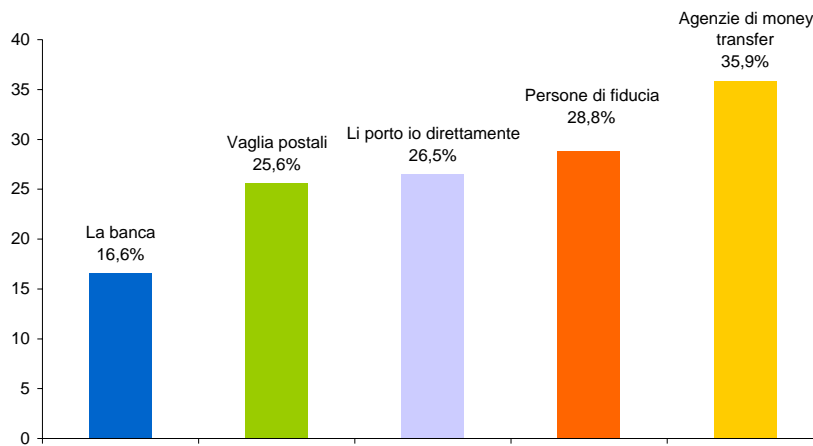
Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Abitudini d'uso dei servizi bancari e postali



Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Canali utilizzati per le rimesse al Paese d'origine



Fonte: Indagine Censis Estat-Gruppo Delta, 2005

Nota - Struttura del campione

L'indagine è stata realizzata attraverso la somministrazione telefonica di un questionario strutturato ad un campione di 803 immigrati residenti in Italia. Il campione è stato stratificato *ex ante* in base all'area geografica di residenza in Italia, all'area geografica di provenienza, all'età e al sesso, rispecchiando le caratteristiche dell'universo statistico così come emerge dai dati del Censimento Istat sulla popolazione del 2001.

Le interviste sono state somministrate per via diretta rispettando le norme in materia di tutela della privacy, pertanto non è possibile risalire ai nominativi delle persone contattate. L'indagine si è svolta nei mesi di ottobre e novembre 2005. Di seguito sono riportate le caratteristiche strutturali del campione analizzato.

		Comp. %
Classi d'età	18-29 anni	30,1
	30-39 anni	39,3
	40 anni oltre	30,6
Sesso	Uomini	54,4
	Donne	46,6
Area geografica di residenza	Nord-Ovest	34,2
	Nord-Est	25,9
	Centro	23,5
	Sud e Isole	16,4
Area geografica di provenienza	Africa	26,4
	Sud-Est asiatico	20,2
	Centro e Sud America	11,3
	Europa Centro-orientale	42,1
Reddito familiare mensile	Fino a 600 euro	18,8
	Tra 601 e 1000 euro	33,7
	Tra 1001 e 1500 euro	30,7
	Tra 1501 e 2000 euro	10,5
	Oltre 2000 euro	6,3
Condizione professionale	Occupato a tempo indeterminato/ stabilmente	52,4
	Occupato a tempo determinato	38,9
	Disoccupato, in cerca di occupazione	4,2
	Condizione non professionale	4,5
Titolo di studio	Nessuno/Licenza elementare	14,5
	Licenza media inferiore	36,1
	Licenza media superiore	37,5
	Laurea	11,9

Fonte: indagine Censis E-st@t Gruppo Delta