

23 marzo 2011



SWG srl – Asset Camera



# Flussi migratori in agricoltura

Il binomio agricoltura-immigrazione



Il 4% della forza lavoro in Italia è impiegato in agricoltura

Il 6% degli occupati in agricoltura è di nazionalità non italiana

Sono occupati, regolarmente, in agricoltura oltre 52.000 immigrati, cifra che sale a 172.000 se consideriamo i stagionali

Negli ultimi 15 anni gli stranieri in agricoltura sono aumentati di 7 volte

Negli ultimi 5 anni le imprese agricole di stranieri sono aumentate del 26,3%  
Sono poco meno di 7000 (0,3% del totale delle aziende).

## Numeri. Gli immigrati come forza lavoro



Nel 2007 si evidenziava uno spostamento delle provenienze **dall'Africa** verso gli Stati neo-comunitari, come **Romania** e **Polonia**.

Aumentano gli arrivi **dall'Albania** e dagli stati dell'ex **Jugoslavia**, **dall'Asia**, dall'**India** e dal **Bangladesh**.

È interessante notare come, nonostante l'aumento importante dell'immigrazione **cinese**, si registri una loro totale assenza dal settore.

**Dove sono impiegati?**

28,2% nelle culture arboree

25,6 nelle culture ortive

18,8 nella zootecnia

12,2 culture industriali

10,6 florovivaismo

4,6 altro

# Da dove arrivano e dove sono

# La situazione dell'agricoltura in Italia

Fase attuale di profonde trasformazioni

Si è creata una spaccatura, con realtà a due velocità

- una parte degli imprenditori italiani sembra ferma, immobile, "rassegnata",
- l'altra è dinamica, pronta a cogliere le nuove opportunità e a sperimentare nuovi mercati

**Il racconto degli imprenditori si divide così:**

- Da un lato il valore dell'**alta qualità dei prodotti**, la spinta verso il **cambiamento** e la **professionalità**,
- Dall'altro lato l'agricoltura italiana viene dipinta come **vecchia**, **abbandonata** e **sopravvivate**.





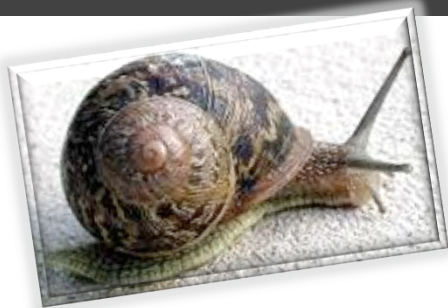
# Le strategie di sviluppo segnalate

Sono **quattro le direttrici di sviluppo**, che gli intervistati citano come prospettive, proficue e di successo:

- ❑ il **riposizionamento** sulla fascia alta del mercato, proponendo prodotti di qualità e tipici,
- ❑ l'orientamento verso i **mercati di nicchia**,
- ❑ l'ampliamento dell'attività mediante la **trasformazione**
- ❑ l'**accorciamento della filiera**.



# Il ruolo vitale degli immigrati



La manodopera straniera, soprattutto in alcune zone, **garantisce la sopravvivenza delle imprese** che faticano a trovare manodopera.

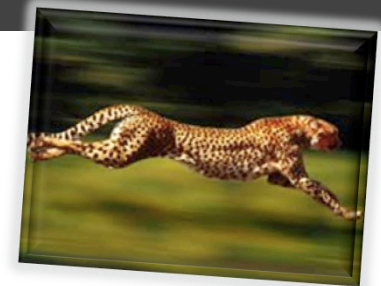
lo spazio che si è creato è la conseguenza del **rifiuto degli italiani di avvicinarsi** al settore primario

I lavoratori stranieri si sono inseriti sul mercato del lavoro agricolo collocandosi nelle **mansioni di livello più basso**.

■ gli immigrati svolgono attività più semplici e faticose

■ gli operai italiani sono specializzati o ricoprono posizioni di coordinamento dei braccianti.

Per gli immigrati il lavoro agricolo è spesso **la porta d'ingresso nel mondo del lavoro**, e tendono ad utilizzarlo come periodo di passaggio nella ricerca di un lavoro migliore.



# Le forme contrattuali per gli immigrati

Gli immigrati sono lavoratori stagionali, utilizzati nei **periodi più intensi di lavoro** (la vendemmia, la raccolta, ecc.)

La forma più diffusa di utilizzo del lavoro agricolo degli immigrati è quella **stagionale**.

Non manca il **lavoro nero**, ancora diffuso e ben noto nell'ambiente.

Contrariamente all'opinione comune, non è un fenomeno che caratterizza solo il **Sud**, ma riguarda da vicino anche il **Nord**



# Il rapporto con gli imprenditori

La maggior parte degli imprenditori agricoli intervistati, che hanno dei dipendenti di origine straniera, **raccontano la loro esperienza connotandola in modo molto positivo.**

■ i lavoratori stranieri lavorano bene e rappresentano una sicurezza per l'imprenditore agricolo, vanno trattati con i guanti e 'coccolati'

## NULLA DI IDILLIACO PERO'

IL TRATTO generale è quello di **dover subire una situazione**, che ha modificato profondamente il lavoro in agricoltura.

■ la presenza di manodopera straniera viene vissuta come una **convivenza forzata**. Lo **straniero in alcuni ambienti** viene considerato **'fuori luogo'**. Nell'esempio che citiamo, viene descritta la diffidenza nei confronti degli immigrati in un contesto come quello montano





# Le specializzazioni etniche

**indiani e pachistani** sono i più adatti all'allevamento, in particolar modo dei bovini e dei cavalli per il rispetto connaturato che dimostrano nei confronti degli animali:

**macedoni e rumeni** sono dei buoni pastori,

**i polacchi** sono più adatti al settore ortofrutticolo

**albanesi e rumeni** si dedicano alla vigna

**africani** (marocchini, tunisini, senegalesi) alla raccolta di pomodori, olive, uva



**Le aree del paese**  
a **Nord** lavorano soprattutto rumeni, polacchi, indiani, macedoni e albanesi  
al **Centro** indiani, sudamericani (peruviani, ecuadoregni, colombiani)  
a **Sud** le etnie africane (marocchini, tunisini, senegalesi)



Fatima (nome di fantasia) è una donna che si è trasferita in Italia dal Marocco

- è sposata con un italiano. Arrivata per fare la lavoratrice stagionale nel settore del turismo, abbraccia e fa sua la passione del marito per l'agricoltura

- nel 2008 fonda un'azienda agricola, che tutt'ora funziona e le dà molte soddisfazioni.

Fatima riesce ad integrarsi, a formarsi frequentando dei corsi sull'imprenditoria agricola

Dal suo punto di vista, l'agricoltura è un settore che sempre più verrà presidiato da immigrati come lei, perché gli italiani non sono più attratti da questo tipo di lavoro

# La storia di Fatima

**l'immigrazione femminile e il suo ruolo nelle zone rurali.**



Il rafforzamento futuro della presenza di lavoratori stranieri in agricoltura è un **destino ineluttabile**

### **A causa di**

- carenza di manodopera
- invecchiamento della popolazione
- spopolamento delle aree rurali
- progressiva tendenza degli italiani ad allontanarsi da tale settore lavorativo

I **migranti sono una risorsa** e non può immaginare il futuro dell'agricoltura senza di loro.

- Il futuro, tuttavia, vedrà ancora
  - il divario tra lavoratori stranieri e italiani, con i primi meno specializzati dei secondi e conseguente condizione di subalternità
  - La ricerca di manodopera straniera perché meno pagata e perché molto disponibile
  -

# Il futuro, il bicchiere freddo

# metodologia

- L'indagine di tipo qualitativo è stata realizzata utilizzando la tecnica dei colloqui telefonici in profondità. Il colloquio individuale consente una maggior spontaneità, una caduta delle resistenze dei partecipanti e di conseguenza una migliore comprensione delle problematiche, delle aspettative e delle reali opinioni relativamente all'argomento oggetto di studio.
- Sono stati realizzati 15 colloqui individuali in profondità con imprenditori agricoli della durata di circa 30 minuti. Sono stati intervistati:
  - 11 imprenditori agricoli italiani
  - 3 rappresentanti delle associazioni di categoria
  - 1 imprenditore agricole immigrato.







#### area **ECONOMY**



Dalle strategie di posizionamento di imprese e prodotti, alle politiche di brand territoriale, allo sviluppo di comparti economici e distretti. Un'area specializzata nelle analisi di mercato, nell'individuazione dei comportamenti di acquisto e nello sviluppo di test su prodotti e campagne pubblicitarie.

**Il centro field** organizza e gestisce i diversi metodi di raccolta dati. È dotato di 62 postazioni telefoniche informatizzate che consentono di gestire in modo integrato dati e fonia nella realizzazione dei servizi outbound e inbound.

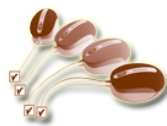


#### area **POLICY**



Posizionamento dei partiti, analisi strategiche sullo sviluppo delle campagne elettorali, brand reputation di candidati e partiti. Un'area specializzata nello sviluppo di analisi e modelli di interpretazione dei movimenti e dei mutamenti profondi che avvengono nelle viscere della società.

**Online Research** è il dipartimento dedicato alle indagini via web nato per seguire le trasformazioni del mercato. **La webcommunity** è un panel di oltre 60.000 italiani, alimentato e profilato accuratamente e risponde a severi standard di qualità.



SWG srl

Via San Francesco 24  
31133 Trieste  
T 040 362525  
F 040 635050

#### area **SOCIETING**



Le ricerche per comprendere la società, i valori, i comportamenti, gli stili di vita. Un'area specializzata nello sviluppo e costruzione di campagne e strumenti di comunicazione, in indagini valoriali, strategiche e sociali; di brand e di audit su target e territori, di posizionamento di immagine.

**Enzo Riso**  
(enzo.riso@swg.it)