



POLO SCIENTIFICO-DIDATTICO DI FORLÌ



Responsabile Scientifico: Paolo Zurla

Equipe di ricerca: Maura de Bernart, Lorenzo Latella, Roberto Rizza, Mila Sansavini

L'ABUSIVISMO COMMERCIALE

DA PARTE DEI CITTADINI IMMIGRATI A RIMINI

Rapporto di ricerca, 2008-2009

L'ABUSIVISMO COMMERCIALE
DA PARTE DEI CITTADINI IMMIGRATI A RIMINI
(Rapporto di ricerca, Marzo 2009)

Presentazione	4
Introduzione (P.Zurla)	5
 Parte prima	
1 – Attività commerciali ambulanti e abusivismo: confini e sovrapposizioni tra formalità e informalità economica. (R.Rizza)	8
2 – Commercio ambulante ed economia etnica (R.Rizza)	10
3 - Processi migratori, vendita in strada e trasformazioni nelle società di partenza e di arrivo (M.de Bernart)	13
3.1 - <i>I processi migratori</i>	
3.2 - <i>La vendita in strada</i>	
3.3 - <i>La regolazione della vendita in strada e le politiche pubbliche</i>	
3.4 - <i>La realtà dei venditori in strada in Asia</i>	
3.4.1 - <i>Il caso del Bangladesh</i>	
3.4.2 - <i>Il caso dello Sri Lanka</i>	
3.5 - <i>La realtà dei venditori in strada nelle città dell’Africa</i>	
3.5.1 - <i>Il caso del Senegal</i>	
3.6 - <i>Tra società di partenza e società di arrivo: un bilancio provvisorio</i>	
 Parte seconda. La ricerca	
4. - La metodologia dell’indagine (M. Sansavini).....	28
5 - Il contesto locale: economia e lavoro (R.Rizza,M.Sansavini)	32
6 - I processi migratori a Rimini: aspetti economici e sociali (M.de Bernart, L.Latella)	38
6.1 <i>I flussi migratori in Italia</i>	
6.2 <i>I flussi migratori in Emilia-Romagna</i>	
6.3 <i>I flussi migratori a Rimini</i>	
7 - Imprenditoria straniera e abusivismo commerciale degli immigrati a Rimini (L.Latella)	49
8 - Il fenomeno turistico e l’abusivismo commerciale a Rimini (M.de Bernart, L.Latella)	56
9 - L’abusivismo commerciale degli immigrati a Rimini: una rilevazione (M.de Bernart, L.Latella).....	66
9.1 <i>La comparazione 1997-2008</i>	

9.2	<i>L'indagine luglio-agosto 2008 sull'arenile del Comune di Rimini</i>	
9.3	<i>I venditori ambulanti sull'arenile riminese al 2008 per nazionalità di provenienza</i>	
9.4	<i>I venditori ambulanti sull'arenile riminese al 2008 per sesso, età e tipo di servizi e di beni offerti</i>	
9.5	<i>Passaggi dei venditori nell'arco della giornata</i>	
9.6	<i>Alcune notazioni conclusive</i>	
10-	La percezione del fenomeno da parte degli operatori (R.Rizza,M.Sansavini)	87
10.1	<i>– La descrizione del fenomeno</i>	
10.2	<i>- Le azioni di contrasto all'abusivismo: valutazioni e possibili migliorie</i>	
11-	La percezione del fenomeno da parte dei mass media (L.Latella, M.Sansavini).....	100
12-	La voce dei protagonisti: gli immigrati (M.de Bernart, L.Latella)	113
12.1	<i>- Il senso e il metodo delle interviste</i>	
12.2	<i>- Uno sguardo complessivo sull'abusivismo commerciale degli immigrati a Rimini</i>	
12.3	<i>Le condizioni di esercizio dell'attività di venditore ambulante abusivo (e non) in spiaggia</i>	
12.4	<i>- Condizioni di vita quotidiana dei venditori in spiaggia e condizioni di vita e di lavoro di chi oggi non esercita più tale attività</i>	
12.5	<i>- Eventuali problemi con la legge italiana: storie di multe, sequestri e eventuali contatti ai limiti della legalità</i>	

Conclusioni (l'équipe di ricerca) :

13.	L'abusivismo commerciale da parte dei cittadini immigrati a Rimini: un "nuovo" fenomeno? Valutazioni interpretative ed operative.....	138
-----	---	-----

Bibliografia di riferimento	143
--	-----

Introduzione

La più che comprensibile esigenza del Comune di Rimini di disporre di un quadro complessivo ed aggiornato sull'abusivismo commerciale, in specie quello degli immigrati, esigenza che è alla base del presente Rapporto di ricerca, ha avuto l'indubbio merito di arricchire il panorama delle conoscenze esistenti con un approfondimento declinato specificamente al livello comunale. Si tratta di un livello rilevante per quanto riguarda il fenomeno in sé, ma rilevante pure per quanto riguarda la messa in atto di politiche pertinenti e la possibilità di verificarle e migliorarle ulteriormente. E se ciò è vero in generale, vale ancor più probabilmente nel caso del Comune di Rimini, di una realtà tanto significativa e quasi emblematica, rispetto alla quale lo studio dei fenomeni e la riflessione ed il dibattito sulle politiche possono diventare di riferimento ben al di là del territorio e delle relative istituzioni locali.

Questa ricerca ha dunque una sua specificità, e si inserisce nell'abbondante e significativo insieme delle ricerche sull'abusivismo commerciale da parte dei cittadini immigrati, che vanno da quelle della metà degli anni '90 sull'intera riviera emiliano-romagnola a quelle più recenti sulla Provincia di Rimini.

Ci siamo dunque proposti di fornire un quadro d'insieme aggiornato e relativo alle caratteristiche locali, ricostruito in maniera scientifica, capace di aiutare a comprendere la quantità e qualità attuale del fenomeno, ma anche di aiutare ad orientarsi tra i dibattiti e le percezioni dello stesso, che sono molto cresciuti in questi anni, talora contribuendo a conoscerlo meglio, talaltra facendone perdere di vista la realtà e la natura complessa, multidimensionale.

Abbiamo anzitutto approfondito la letteratura su economia informale, economia etnica, commercio ambulante e vendita in strada (nel presente caso, in spiaggia), verificando l'incidenza statistica di questi fenomeni nel nostro paese, nella regione e nel riminese, ed anche illustrando la consistenza e regolazione della vendita in strada per alcuni paesi di provenienza dei venditori immigrati a Rimini. Grazie alla collaborazione della CCIAA di Rimini e di altri soggetti del territorio, abbiamo anche potuto condurre degli approfondimenti statistici mirati ed aggiornati.

Per la parte empirica, all'inizio, sulla base della conoscenza dei precedenti di ricerca, avevamo ipotizzato di approfondire soprattutto il rapporto tra regolarità del soggiorno e della residenza a Rimini da un lato, e regolarità della condizione lavorativa degli ambulanti abusivi in spiaggia dall'altro. Ma, fin dalle prime rilevazioni, abbiamo realizzato che, mentre la grande maggioranza dei venditori ha regolari titoli di soggiorno, sono pochissimi quelli che risiedono a Rimini anche soltanto durante la stagione estiva.

Quindi ci siamo concentrati sulla ricerca delle caratteristiche di quanti vendono in spiaggia *oggi*, cercando anzitutto di rilevarne la consistenza numerica

– in termini di soggetti e di presenze in spiaggia nelle varie aree lungo la quindicina di km dell’arenile riminese, a seconda della diverse fasi della stagione estiva, delle giornate e degli orari della giornata – e poi di conoscerne alcune caratteristiche: il sesso, l’età, la nazionalità di provenienza, la condizione quanto alla regolarità del soggiorno e dell’attività di vendita in spiaggia, le modalità di vendita (dal reperimento delle merci da vendere alla collocazione in spiaggia), la qualità della vita quotidiana e di lavoro, i rapporti con le Autorità e con la città. A tal fine abbiamo condotto circa 100 interviste, delle quali 80 interviste brevi e 20 colloqui in profondità: condotti, questi ultimi, con venditori in spiaggia ma anche con testimoni immigrati informati e con ex venditori in spiaggia, che oggi esercitano il commercio regolare, come dipendenti o anche come titolari di imprese al dettaglio e all’ingrosso.

Contestualmente, abbiamo intervistato testimoni privilegiati delle Forze dell’Ordine e degli operatori del settore, conducendo con alcuni anche dei *focus group*, per meglio approfondire e contestualizzare, in maniera aggiornata, le diverse prospettive di conoscenza e visione del fenomeno. Ed abbiamo effettuato una rilevazione sulla stampa locale degli anni 2005-2008, analizzando il contenuto di circa 650 articoli sull’argomento, per meglio tenere e dare conto del dibattito in corso, a livello soprattutto dell’opinione pubblica e della comunità politica.

Complessivamente, tenuto conto dei precedenti di ricerca e dunque di come il commercio abusivo (e non) in spiaggia a Rimini dei cittadini immigrati sia venuto mutando negli ultimi dieci anni, ci sembra di poter dire che si tratti di un fenomeno “nuovo”, ma solo in parte.

Si tratta infatti di un fenomeno contenuto e “regolato”, che non aumenta quantitativamente, ma i cui mutamenti qualitativi possono spiegare un certo senso di “sorpresa” e preoccupazione dell’opinione pubblica ed anche di alcuni tra gli addetti ai lavori. E mutamenti qualitativi rilevanti emergono, soprattutto quanto alle provenienze degli immigrati, al basso rapporto di stanzialità con Rimini, all’offerta di servizi piuttosto che di beni.

Emergono, come si vedrà, delle novità confortanti, come il significativo calo della vendita di merci contraffatte, e la crescita di processi di “apprendimento reciproco”, per cui molti immigrati che vendono in spiaggia cercano di operare nel modo più “regolare” possibile. Come si potrà constatare, ad esempio, in non pochi casi ci sono immigrati che, pur sprovvisti o in attesa di licenza per vendere, fanno attenzione ad acquistare presso grossisti regolari e a tenere ed esibire le fatture dei beni che acquistano. Così come fanno attenzione ad evitare la vicinanza con chi vende merce contraffatta.

Emergono pure delle situazioni minoritarie a rischio, nelle quali per debolezza o per interesse alcuni venditori potrebbero essere preda di fornitori illeciti di merci e protezioni.

Il percorso di ricerca ci ha messi, e speriamo possa mettere altri, di fronte ad una molteplicità di situazioni e di spunti – alcuni dei quali meritano ulteriori

approfondimenti – che da un lato completano ed aggiornano la conoscenza del fenomeno, mentre dall'altro potranno forse entrare nella riflessività delle istituzioni locali e di altri attori, aiutando a fare di Rimini sempre più un riferimento anche nel senso delle “buone pratiche”, forse delle *best practises*.

Paolo Zurla
Università di Bologna
Forlì, aprile 2009

Parte prima

1. Attività commerciali ambulanti ed abusivismo: confini e sovrapposizioni tra formalità e informalità economica

Il commercio ambulante fa riferimento a quelle attività che possiamo definire “auto-impiego di rifugio”, indipendenti ma marginali, svolte in alcuni casi senza regolari licenze e autorizzazioni. Per questa ragione esso ha svolto - e tuttora svolge - un ruolo di primo piano in quel complesso intrico di attività economiche che convenzionalmente è definito “economia informale” (Zurru, 2005) e che corrisponde a quei processi di produzione e di scambio che tendono a sottrarsi, per uno o più aspetti, alle norme del diritto commerciale, fiscale e del lavoro (Bagnasco, 1988). Magatti e Mingione (1994), in un importante contributo su questo tema, hanno precisato quali siano le quattro aree di attività che possono essere racchiuse entro il concetto di economia informale:

- l’attività professionale svolta sia come occupazione principale, sia come secondo lavoro, esercitata in forma retribuita e non occasionale, ai confini o al di fuori delle obbligazioni legali, regolamentari e contrattuali;
- l’evasione delle tasse da parte dei lavoratori regolari perlopiù indipendenti, e di imprese che operano nell’ambito delle transazioni economiche regolarmente dichiarate;
- le attività e transazioni economiche strettamente proibite per i loro contenuti dalla legislazione penale (economia criminale);
- attività economiche non retribuite svolte a beneficio diretto del nucleo familiare, o delle famiglie di parenti e amici su basi di reciprocità, compreso il lavoro domestico quotidiano e una grande quantità di attività di autoproduzione.

Gran parte della letteratura scientifica (Feige, 1990; Castells e Portes, 1989; Gershuny, 1979) associa il commercio ambulante (o *street vending*) all’economia informale, considerandolo sostanzialmente come un settore-rifugio per gli emarginati dal mercato del lavoro o addirittura accostandolo alla pratica della mendicizia. Anderson (1996) ad esempio, lo identifica come una delle possibilità di guadagno dei vagabondi, che trovandosi in difficoltà economiche possono dedicarsi al piccolo commercio ambulante oppure chiedere l’elemosina. In realtà, l’associazione fra commercio ambulante e mendicizia è errata. Certamente, riferendosi all’interpretazione proposta da Magatti e Mingione, il commercio

¹ Anche l’ILO (International Labour Organization) classifica il commercio ambulante in una delle categorie minori appartenenti all’economia informale, descrivendolo come segue: si tratta di venditori di strada che commerciano cibo o altri beni in luoghi pubblici, porta a porta, o per telefono. Le occupazioni di questo gruppo minore sono pertanto classificate nei seguenti sottogruppi: venditori ambulanti di cibi; venditori ambulanti di prodotti non alimentari; venditori porta a porta o per telefono.

ambulante può essere ricondotto ad alcune dimensioni dell'economia informale, visto che l'attività svolta, sia come occupazione principale che come secondo lavoro, può sottrarsi alle obbligazioni legali, regolamentari e contrattuali, o prevedere l'evasione delle tasse da parte di lavoratori regolari, oppure ancora può essere proibita per i suoi contenuti dalla legislazione penale. Ma nondimeno il commercio ambulante assume spesso le caratteristiche di un'attività svolta regolarmente. Nel nostro paese per esempio, grazie ad una serie di disposizioni legislative, è sancita la possibilità di effettuarlo in maniera regolare ricorrendo ad una:

- *licenza itinerante*, che consente lo svolgimento dell'attività in continuo movimento sul territorio e quindi senza l'occupazione fissa di uno spazio, da cui appunto l'appellativo di ambulante (che si sposta, che si muove);
- *licenza stanziale*, che autorizza in determinate giornate e in determinate fasce orarie l'occupazione di uno spazio fisico ai fini di vendita;
- *licenza ai produttori*, consistente in una certificazione rilasciata dal Sindaco, che permette la vendita diretta dei prodotti derivanti dal proprio fondo agricolo.

Solamente la violazione di una o più di queste normative colloca alcune aree del commercio ambulante al di fuori dell'economia regolare e nell'alveo dell'economia informale. In questo quadro sono tuttavia presenti situazioni di diversa gravità: dal mancato pagamento della tassa per l'occupazione del suolo pubblico all'occupazione di uno spazio diverso o più ampio rispetto a quello assegnato, dall'evasione del fisco alla vendita di prodotti senza autorizzazione o contraffatti. In questo caso, l'informalità dell'attività economica sconfinava nell'irregolarità, soprattutto in riferimento - alternativamente o contemporaneamente - all'oggetto dell'attività economica stessa (i beni e i servizi prodotti e scambiati), al soggetto che impiega il lavoro (impresa) o alle condizioni di impiego del lavoro. Nel primo caso, è l'oggetto dell'azione ad essere illecito e dunque ci troviamo nel campo dell'economia criminale; nel secondo, pur essendo l'oggetto dell'attività lecito, è il soggetto che produce (vale a dire l'impresa) ad essere illecitamente costituito; infine, la terza fattispecie definisce l'irregolarità in relazione alle condizioni dell'occupazione (contratti di lavoro, modalità di retribuzione, orari ecc.) e alle modalità di erogazione della prestazione lavorativa (in quest'ultimo caso ci troviamo al cospetto del lavoro irregolare in senso stretto). Le forme di abuso possono inoltre essere sinteticamente raggruppate in due macro-categorie, distinte in base al tipo di merce venduta e alle misure sanzionatorie conseguenti: gli illeciti amministrativi e gli illeciti penali. Nella prima tipologia - *illeciti amministrativi* - rientrano le vendite di prodotti non contraffatti effettuate senza licenza (Lodigiani, 1997). Dal punto di vista sanzionatorio a questo tipo di illecito corrisponde il sequestro immediato della merce, che è poi distrutta, e il pagamento obbligatorio di un'ammenda (definita ordinanza-ingiunzione). La seconda categoria - *illeciti penali* - comprende le vendite di prodotti/merci con marchi contraffatti (borse, occhiali, abiti, ...) o

protetti dai diritti di autore, perciò privi del contrassegno SIAE (CD, DVD, videocassette) o di contrabbando (sigarette). In questi casi il venditore ambulante rischia una imputazione per la vendita/detenzione di prodotti con segni falsi e un'accusa di ricettazione con conseguente reclusione, nonché la revoca - nel caso si tratti di un immigrato - del permesso di soggiorno e la notifica dell'espulsione/allontanamento dal territorio italiano².

2. Commercio ambulante ed economia etnica

Il riferimento ai lavoratori stranieri ora proposto non è casuale. Il commercio ambulante, regolare o abusivo, soprattutto nella sua accezione di attività economica di rifugio, è per lo più svolto da stranieri. Ecco perché spesso è individuato un legame tra commercio abusivo ed "economia etnica", un concetto che si riferisce all'addensamento di alcuni gruppi nazionali di migranti in segmenti specifici del mercato del lavoro, contraddistinti da ridotte barriere all'ingresso in termini finanziari, normativi e tecnologici (si pensi, oltre che alle attività di piccolo commercio ambulante e stanziale, alla ristorazione, all'edilizia) (Ambrosini, 2006).

Tale concentrazione, che si traduce nella formazione di ciò che Zanfrini (2006) ha definito un 'mercato del lavoro parallelo' quasi esclusivamente composto da immigrati e dunque caratterizzato dalla cristallizzazione di specializzazioni lavorative etniche, spesso dipende dal rapporto instauratosi fra reti migratorie ed imprenditoria etnica. Alcune analisi (Bonacich, 1973) interpretano questo fenomeno proponendo spiegazioni di tipo *culturale*, richiamando l'importanza del background psicologico, religioso, professionale, socio-culturale (in particolare l'adesione a valori come l'indipendenza, la frugalità, l'attitudine al rischio e l'applicazione al lavoro), nella decisione/propensione di alcuni gruppi etnici ad orientarsi verso le attività commerciali. Altre, come ad esempio la teoria delle *enclaves etniche*³ elaborata da Portes, individuano particolari segmenti di attività economica presidiati dai migranti in quanto contraddistinti da bassi salari, instabilità del lavoro, intensità e durezza delle condizioni. Ma al contempo propongono una rivisitazione della teoria dualista del mercato del lavoro elaborata da Piore⁴ perché individuano nell'*enclave* etnica anche un'opportunità in termini

² In particolare, la notifica dell'allontanamento dal territorio italiano vale per i cittadini migranti con regolare titolo di soggiorno o senza regolare titolo di soggiorno ma mai colpiti da espulsione, mentre qualora già allontanato, il venditore viene arrestato, processato e portato in carcere per scontare la pena.

³ L'*enclave* etnica è definibile come "un raggruppamento spaziale di imprese possedute dagli appartenenti alla medesima minoranza etnica e situate in prossimità delle aree di insediamento del gruppo etnico" (Zanfrini, 2005, p. 156).

⁴ Molto sinteticamente, la teoria dualistica suddivide il mercato in due segmenti produttivi: uno primario (*capital intensive*), in cui i lavoratori dispongono di una occupazione stabile, qualificata e aggiornata in funzione dell'evoluzione tecnologica delle apparecchiature produttive; e uno secondario (*labor intensive*) dove la fluttuazione del ciclo economico si concilia con una instabilità dei rapporti di lavoro e una carenza di

di accumulo di esperienza professionale e di formazione, con prospettive future di mobilità sociale. Nel corso degli anni '90 del novecento, sono stati condotti studi di dinamica sociale che si sono focalizzati sui fattori istituzionali che influenzano, in positivo o in negativo, l'imprenditorialità immigrata. In questa prospettiva si colloca l'approccio interattivo⁵ di Waldinger, che tiene in considerazione due dimensioni intrecciate: la struttura delle opportunità da un lato e le caratteristiche dei gruppi etnici dall'altro. L'attività economica degli immigrati rappresenta perciò "la conseguenza del perseguimento di opportunità attraverso una mobilitazione di risorse mediate dai reticoli etnici in condizioni storiche uniche" (Waldinger, 1990, p. 14). Si tratta di una prospettiva di analisi sulla quale insiste anche Portes (1995), riferendosi al dibattito avviato dalla nuova sociologia economica (Swedberg, Smelser, 1994) a proposito del tema dell'*embeddedness* e che si fonda sull'assunto teorico che il comportamento e le preferenze economiche non possano essere compresi come funzione di utilità di attori atomizzati, ma dipendano strettamente dai contesti sociali diversi in cui gli attori operano, intesi come reti di interazione sociale e come istituzioni, norme e abitudini cognitive e culturali (Mingione, 2004). Seguendo tale prospettiva analitica, per i migranti si possono prefigurare diversi modelli possibili di *embeddedness* (incorporazione) nella società di arrivo, dipendenti dalla combinazione di elementi di varia natura: le politiche governative e le reazioni della società civile (dimensione strutturale), le caratteristiche e le risorse della comunità etnica (dimensione relazionale).

Utile è anche il richiamo alla tipologizzazione⁶ delle attività indipendenti avviate da migranti proposta da Ambrosini (1999) e rivisitata da Martinelli (2003), fondata principalmente su due variabili: il mercato di riferimento e la tipologia di prodotto. Seguendo una simile impostazione è possibile distinguere sei diversi tipi di impresa:

- *l'impresa etnica*, che fornisce prodotti tipici dell'area di provenienza dell'imprenditore (non reperibili nel mercato locale) e che si rivolge a clienti della comunità immigrata. L'esempio più classico è quello della vendita di prodotti

tutele. Proprio nella fascia secondaria del mercato del lavoro, secondo Michael Piore (1979), si colloca il flusso di manodopera immigrata disponibile ad un'occupazione non garantita.

⁵ Le analisi di Waldinger si soffermano sugli spazi di mercato in cui le imprese etniche si inseriscono: il primo mercato è quello ristretto, interno alla comunità immigrata, dotato però di scarso potere di acquisto, da cui la spinta ad orientarsi anche verso settori contraddistinti da una scarsa presenza di piccole imprese, ridotte barriere all'ingresso, instabilità, incertezza, avvalorando così le asserzioni di Piore (1979).

⁶ Sono rinvenibili ulteriori classificazioni: Guillion (1986) prende in considerazione due variabili, la clientela e il grado di caratterizzazione etnica del negozio (la lingua in cui è scritta l'insegna, la decorazione delle vetrine, le etichette dei prezzi), distinguendo fra un mercato comunitario, misto o prevalentemente autoctono. Baptise e Zucchetti (1994) definiscono etnica un'impresa in base alle modalità della messa in funzione e della gestione delle attività e dei rapporti di lavoro. Essa pertanto si alimenta di un mercato del lavoro differente da quello autoctono (per orari, retribuzioni, mansioni, nonché fattori sociali e culturali). Le diverse categorizzazioni rilevano comunque la centralità del rapporto fra l'imprenditore, la comunità e il paese di origine, un rapporto che, come vedremo meglio in seguito, appare determinante nella lettura del percorso imprenditoriale.

alimentari, come le macellerie che offrono carne hallal, ossia macellata secondo le prescrizioni della religione musulmana;

- ***L'impresa intermediaria***, che garantisce invece alla popolazione immigrata prodotti e servizi non tipicamente etnici, che tuttavia richiedono l'esistenza di un rapporto fiduciario fra fornitore e cliente per poter essere fruiti. Rientrano in questa tipologia i *phone centers*, i servizi internet, le intermediazioni monetarie;

- ***L'impresa etnica allargata***, che si contraddistingue per la fornitura di prodotti specifici legati al paese di origine e che si rivolge ad una clientela mista, comprendente cioè sia migranti che autoctoni. Pensiamo ancora una volta al settore alimentare, ai minimarket che presentano prodotti particolari senza però rivolgersi unicamente a gruppi co-etnici, anche per una logica di mera sopravvivenza;

- ***L'impresa prossima***, che pur essendo specializzata in servizi per la comunità immigrata, può attrarre anche una clientela italiana: ad esempio le agenzie specializzate nella vendita di biglietti aerei per destinazioni extraeuropee;

- ***L'impresa esotica***, che vende prodotti etnici ad una clientela autoctona, eterogenea e sensibile alla diversità, come nel caso dei negozi di artigianato etnico o dei servizi di ristorazione;

- ***L'impresa aperta*** che è quella "meno identificabile con le radici etniche" (Ambrosini, 2003, p. 128), dal momento che né i clienti né i prodotti hanno legami con il paese d'origine. Al suo interno sono rinvenibili due sottocategorie: le imprese del terziario di servizio (che si rivolgono direttamente al consumatore, come nel caso delle pulizie e del piccolo commercio) e le attività industriali (che si collocano in un segmento di un processo produttivo più complesso, come ad esempio la produzione per conto terzi nell'abbigliamento).

A queste sei tipologie è possibile aggiungerne una: ***l'impresa rifugio*** non identificabile rispetto al prodotto e alla clientela, bensì rispetto alla marginalità economica e alla bassa qualificazione dell'attività svolta. Una delle sue principali manifestazioni è, come abbiamo visto, il commercio ambulante, soprattutto se abusivo, che pare aver offerto in passato e continui tuttora ad offrire rifugio a segmenti deboli di specifici gruppi di immigrati, a volte in attesa dell'approdo ad altre opportunità d'impiego, a volte come attività complementare (o accessoria) rispetto ad un'altra prevalente. E in effetti, a partire dalla seconda metà degli anni '80, la stessa rappresentazione sociale dell'immigrato si è cristallizzata attorno alla figura del venditore ambulante, spesso definito in modo folcloristico, quando non dispregiativo, come vu cumprà.

3. Processi migratori, vendita in strada e trasformazioni delle società di partenza e di arrivo

3.1. I processi migratori

L'analisi svolta finora è stata condotta dal punto di vista della sociologia del lavoro. In questa parte gli stessi fenomeni vengono affrontati dal punto di vista della sociologia delle migrazioni, fornendo un diverso angolo prospettico e un arricchimento ulteriore per la raccolta e la lettura dei materiali empirici.

Quando si parla di migrazioni, e in particolare di "processi migratori", si focalizza l'attenzione su fatti e condizioni che legano tra di loro i paesi e le società di partenza e di arrivo, attraverso l'agire degli uomini e delle donne migranti, che si muovono da un paese all'altro con relativa stabilità, o che si muovono circolarmente tra i paesi, comunque costituendo dei legami inediti, che occorre saper leggere (Ardigò, de Bernart, Sciortino, 1993).

Noi siamo piuttosto abituati a pensare in termini di "immigrazione", dal punto di vista dei paesi e delle società di approdo, ovvero di "emigrazione", dal punto di vista di paesi e società di partenza.

Ci rendiamo ad esempio conto abbastanza facilmente del fatto che il nostro paese, l'Italia, è passato nel giro di alcuni decenni dall'essere paese di prevalente emigrazione all'essere paese di prevalente immigrazione.

Ma facciamo più fatica a comprendere le migrazioni in quanto tali, nella loro intima natura processuale, cioè dinamica, e connettiva. Da questa angolatura prospettica, noi siamo tuttora un paese sia di emigrazione che di immigrazione, in quanto i legami e le relazioni che abbiamo con gli italiani all'estero permangono forti, ed hanno peraltro attivato legami con le loro località di destinazione. Allo stesso modo l'arrivo di immigrati da diversi paesi in Italia ha attivato e sta attivando nuovi legami con le loro realtà di partenza.

Si tratta di processi lenti, che facilmente sfuggono a certi nostri modi di vedere affrettati, abituati a misurarsi con il breve e brevissimo periodo, ma si tratta di processi inesorabili, che contribuiscono al cambiamento delle società sia di partenza sia di approdo, oltre che soprattutto al cambiamento delle realtà di vita dei loro più diretti protagonisti, cioè dei migranti e delle loro famiglie, e di quanti sono ed entrano più direttamente in contatto con loro ad entrambi i capi del loro movimento migratorio, in partenza e in arrivo.

Apprendere a leggere le migrazioni come legami, come relazioni, ci aiuta a comprendere quali tendenze di lungo periodo soggiacciono ad esse, e a quali tendenze esse stesse contribuiscano a dare vita.

Come gli intensificati flussi globali di capitali e di merci, i processi migratori sono infatti sia dei risultati del cambiamento del mondo in atto, sia degli agenti di questo stesso cambiamento. I processi migratori sono parte integrante di quel

complesso di fenomeni che negli anni '70 chiamavamo “crescita delle interdipendenze” e negli anni '90 “globalizzazione”, volendo così indicare la rete di rapporti sempre più fitti tra regioni e paesi del mondo. E le migrazioni esprimono e “fanno” questa rete di relazioni ai due estremi della stratificazione sociale, tra i *top managers* come tra i più poveri (Sassen, 2008).

Le attuali migrazioni internazionali sono in realtà, in larga parte, proprio l'espressione di questi rapporti, anche e soprattutto in relazione ai differenziali di crescita e di sviluppo su scala planetaria.

L'Italia, ad esempio, sia prima sia dopo il secondo dopoguerra, è stata un paese di forte emigrazione europea ed internazionale. Ma è stata anche un paese di consistenti migrazioni interne: basti ricordare i massicci spostamenti da Sud a Nord dalla metà degli anni '50 (de Bernart, 1997).

Così avviene oggi in molti paesi del Mediterraneo, dell'Africa e dell'Asia, e ancora dell'America Latina, che conoscono forti spostamenti interni di popolazione – dalle campagne alle città e tra paesi - mentre allo stesso tempo molti emigrano, o cercano di emigrare, all'estero.

I processi migratori legano tra loro le diverse regioni e città di uno stesso paese, e legano tra loro paesi diversi.

Occorrerebbe soffermarsi ulteriormente su questa lettura relazionale delle migrazioni, sulle prospettive che essa apre nella considerazione del mondo contemporaneo e della nostra collocazione in esso, sulle problematiche sistemiche ma anche sulle possibili nuove solidarietà sulle quali ci consente di fare luce, ma ciò non è possibile in questa sede. Qui interessa semplicemente inscrivere in questa prospettiva l'analisi del fenomeno della vendita in strada, e della vendita in spiaggia, che segue. Per quanto contenuti, e in realtà abbastanza marginali, come si vedrà, questi fenomeni sono parte integrante della crescita di interdipendenze, della globalizzazione, di cui si è detto. Se da un punto di vista strettamente locale e di breve durata essi possono apparire come “emergenze” relativamente inspiegabili e più o meno preoccupanti, da un punto di vista relazionale si rivelano come parti integranti di più ampi processi in atto, degli intensificati rapporti tra regioni e tra paesi come pure del lento ma inesorabile ristrutturarsi nel tempo dei nostri sistemi economici e del lavoro. Si tratta di attività “di nicchia” che rispondono ad una pluralità di esigenze e che – lette e contestualizzate in quadro geografico e temporale sufficientemente ampio – presentano dei costi ma di certo anche dei benefici. Per valutarle adeguatamente, è necessario tenere conto degli uni e degli altri, evitando di partire da posizioni preconcepite.

3.2. *La vendita in strada.*

La vendita in strada (della quale in questo capitolo si parla in generale, intendendola come comprensiva della vendita in spiaggia) rappresenta in una certa misura una sorpresa, nell'attuale panorama del lavoro e dei processi migratori: questo non significa però che si tratta di un' "emergenza". Essa rappresenta una sorpresa perché, come abbiamo visto, a lungo studiosi ed esperti hanno ritenuto che si trattasse di un'attività pre-moderna, destinata a scomparire con la regolazione dei mercati e con le politiche di piano. In realtà non è stato così, ed anzi essa si è venuta intensificando, spesso in connessione con le migrazioni sia interne sia internazionali. Se negli anni '50 la si iscriveva nella dicotomia tradizionale/moderno, e nel decennio successivo si riteneva che la prevalenza di quest'ultimo l'avrebbe fatta scomparire a breve, dalla fine degli anni '70 alcuni studiosi ed agenzie come l'ILO (*l'International Labor Organization*) hanno preso a riconoscere la rilevanza e talora la crescita dell'economia informale e specificamente della vendita in strada, accordando loro rinnovata attenzione (Cross, Morales, 2007).

In Italia del Nord questo fenomeno è ben noto fin dagli anni '60, quando in concomitanza con la ristrutturazione industriale e le politiche connesse, si aveva pure l'arrivo di migranti dal Sud Italia che si dedicavano alla vendita in strada o in spiaggia (Fiorani, 2006).

Allora i venditori in strada o in spiaggia provenivano dalle regioni del Sud Italia; oggi sono perlopiù migranti internazionali.

Ben altre sono le dimensioni del fenomeno in altri paesi, spesso quelli da cui provengono anche i migranti. Quando si pensa a città come Mumbai, in India, vicina ai 14 milioni di abitanti (19 milioni contando anche l'hinterland) o come Città del Messico, vicina ai 9 milioni, è facile rendersi conto di come si tratti di fenomeni che coinvolgono centinaia di migliaia, quando non milioni, di persone. In India, ad esempio, si calcola che i venditori in strada siano più di 10 milioni. E' dunque utile volgersi all'esperienza degli altri paesi, dove spesso si è studiato ed approfondito in materia, sia per meglio comprendere la sorprendente sopravvivenza di un fenomeno che sembrava destinato a scomparire, sia pure per cominciare a rendersi conto di quale bagaglio di esperienze e conoscenze molti immigrati che si dedicano a questo tipo di attività portino con sé.

Nell'accingersi a fare questa breve rassegna della vendita in strada al livello globale, sarà anche utile considerarla dal punto di vista delle politiche pubbliche, oltre che da quello delle relazioni di lavoro e delle politiche relative. Ciò perché, pur nella varietà delle esperienze nazionali e locali, anche le politiche pubbliche in materia contribuiscono in modo significativo a fare di questo fenomeno quello che esso effettivamente è (Bromley, 2000).

In sintonia con le posizioni dell'ILO sul lavoro informale in genere, i maggiori studiosi internazionali di vendita in strada e di politiche pubbliche tendono a considerare la prima come un gruppo occupazionale in se stesso. Si tratta di un

gruppo presente in tutti i paesi del mondo, più o meno sviluppati, anche se è più numeroso nei paesi più poveri, e si concentra in genere nelle aree urbane.

Nei secoli e nelle diverse parti del mondo, la vendita in strada è stata ed è effettuata nelle maniere più diverse. Può trattarsi di vendita di beni, oppure di servizi, oppure di un misto degli uni e degli altri. Può avvenire attraverso postazioni fisse, come dei chioschi, o semi-fisse, o anche stendendo semplicemente dei teli per terra. La vendita mobile può anch'essa avvenire con molteplici modalità, dall'uso di furgoncini e mezzi simili fino al venditore che trasporta i beni sulla sua persona. Alcuni venditori vendono ai passanti, altri ancora porta a porta.

Le persone coinvolte possono essere varie: può trattarsi di un'attività uni-personale, o invece svolta con altri familiari, o ancora con lavoranti remunerati.

Anche dal punto di vista della durata c'è grande varietà: può infatti trattarsi di un'attività a tempo pieno oppure a tempo parziale, o stagionale, o ancora occasionale.

Rispetto al mercato in generale, e al mercato del lavoro in particolare, la vendita in strada può configurarsi in un'ampia gamma di modalità: può essere una semplice strategia di sopravvivenza come una forma di piccolissimo capitalismo oppure un'attività periferica della grande industria.

Anche i beni e i servizi venduti possono essere i più vari: si va dai *souvenirs* per turisti, dai giornali e simili venduti nelle grandi città europee e nord-americane ai cibi, crudi e cotti, agli alimentari, alle apparecchiature elettriche e ai tessuti e vestiti spesso venduti altrove. Lo stesso vale per i servizi, che vanno dalla pulitura e riparazione delle scarpe al taglio dei capelli, dalla battitura a macchina di documenti alla riparazione di vestiti, biciclette, moto e macchine. In America Latina e nel Sud Est asiatico sono frequenti anche quanti si offrono a domicilio come giardinieri o per servizi analoghi.

Dal punto di vista spaziale, può trattarsi di attività concentrate in veri e propri mercati, ovvero in vie o località particolari, come pure di attività condotte da pochi o da uno solo in un determinato luogo.

E' da notare che, specie nelle città europee e nord-americane, si tratta anche di attività sensibili a determinate mode più o meno momentanee o durature: così ad esempio negli anni '70 erano frequenti i "mercati delle pulci", che attiravano molti venditori ambulanti e di strada, mentre negli anni '90 hanno preso ad andare di moda i mercatini di prodotti naturali e biologici, che pure hanno attirato alcuni.

3.3. *La regolazione della vendita in strada e le politiche pubbliche*

Merita attenzione la dimensione della regolazione della vendita in strada. Nelle città europee e latino-americane spesso esistono sistemi di regole che risalgono molto indietro nel tempo, addirittura di diversi secoli. La regolazione

relativa alla vendita in strada si rivela allora incrementale, e regole si aggiungono a regole, senza che vengano chiarite le discrepanze con le precedenti procedure. Ma in altri casi, e significativamente nella maggior parte delle città africane ed asiatiche, o tali regole non esistono, o i venditori stessi, così come gli ispettori e la polizia preposti al controllo, non conoscono quelle che esistono, per cui la situazione viene affrontata caso per caso. A lunghi periodi di tolleranza si inframmezzano brevi ondate di repressione. E' frequente che quei venditori che vengono direttamente colpiti da tale applicazione selettiva di regole non chiare e non frequentemente applicate si sentano particolarmente discriminati, soprattutto se sembra loro che tutti gli altri possano agire impunemente.

In tutti i casi, un fattore che incide molto sulle forme e sui tempi della regolazione è la concezione che prevale, nei vari luoghi e tempi, delle strade (e delle spiagge) come "spazio pubblico". Il senso del decoro da un lato, il desiderio di uno spazio "vissuto" dall'altro, possono spingere nell'una o nell'altra direzione. In uno stesso vicinato, ad esempio, dal quale si vogliono tenere lontani tutti i venditori in strada, gli ambulanti o i mendicanti, può fare piacere che ci siano i Babbo Natale che offrono dolci ai bambini o si fanno fotografare con loro per Natale, o che ci siano dei venditori di fiori per San Valentino. Così come al centro di Roma, in luoghi rappresentativi come il Colosseo e i Fori Imperiali, non vengono praticamente mai allontanati quei particolari venditori in strada che sono gli uomini vestiti da centurioni romani che si fanno fotografare con i turisti o indicano loro trattorie, ristoranti ed alberghi.

Occorre anche considerare come, soprattutto in periodi di crisi e di diffusa percezione di insicurezza, la concezione dello "spazio pubblico" possa variare nel senso di portare a penalizzare, a ragione o a torto, i fenomeni più "evidenti", tra i quali facilmente rientra la vendita in strada. Quanto allora veniva tollerato o addirittura faceva simpatia in un certo periodo, può essere percepito con timore o fastidio in un altro. Oppure può accadere che si percepisca insicurezza perché una certa zona è scarsamente illuminata, o scarsamente servita dai mezzi, e se ne attribuisca la responsabilità invece alla presenza di venditori in strada o ambulanti o mendicanti.

Nei fatti, in tutto il mondo e in tutti i tempi, la vendita in strada costituisce una forma di attività commerciale considerevolmente persistente, per quanto sia altamente diversificata e flessibile.

Solo i regimi più autoritari hanno cercato di eliminarla, ed hanno generalmente fallito.

Il numero dei venditori di strada sale e scende a seconda degli anni e dei periodi dell'anno, della settimana e della giornata, rispondendo alle domande dei consumatori e agli andamenti del mercato del lavoro, ai cicli e alle fluttuazioni dell'economia, al tipo di regolazione e di controlli.

Spesso le autorità vengono poste sotto pressione in materia da un gran numero di istanze diverse, dai rappresentanti di diversi interessi e di tutto lo spettro politico, e danno risposte diverse, spesso contraddittorie.

Periodicamente, in tutto il mondo, si riaccendono le polemiche su “quanta vendita in strada sia abbastanza”, ed emergono opinioni alquanto diversificate, anche a seconda dei diversi gruppi di interesse. E’ comune che gli altri venditori periodicamente avversino il commercio ambulante e la vendita in strada, mentre essi stessi in altri tempi o situazioni li favoriscono o se ne servono addirittura. E’ altrettanto comune che i già richiamati mutamenti nelle concezioni e percezioni dello “spazio pubblico” portino a chiedere di scoraggiare o invece di incoraggiare tali attività.

Gli interventi che ne risultano sono spesso poco coerenti, nei diversi periodi e nelle diverse zone. Accade cioè facilmente che si reprima la vendita in strada solo in certe occasioni, evitandone altre, ovvero solo in certe zone, trascurandone altre.

Il risultato complessivo è, secondo chi più ha studiato questo fenomeno su scala mondiale, “una complessa mistura di persecuzione, tolleranza, regolazione e promozione” che induce a pensare che le politiche pubbliche tendano soprattutto a “contenere” la vendita in strada “respingendola in basso nella scala sociale, assicurandosi che si limiti ai consumatori meno abbienti e ai vicinati più poveri” (Bromley, 2000, p. 23).

Le politiche pubbliche potrebbero però intervenire anche in altro modo, come si vedrà alla fine del capitolo, dopo aver esaminato alcune specifiche realtà locali (Cross, 2000).

3.4. La realtà dei venditori in strada in Asia

In Asia si contano milioni di venditori in strada, e il fenomeno appare tuttora in crescita. Si tratta essenzialmente di due tipi di lavoratori: i migranti dalle campagne, spesso poco istruiti; e i lavoratori che erano precedentemente impiegati nel settore industriale, ma che hanno perso il posto a causa di chiusure, riduzioni o fusioni industriali.

I primi sono prevalenti in India, Bangladesh, Nepal, Cambogia e Vietnam. I secondi, consistentemente presenti anche in India, emergono significativamente nelle Filippine, nella Corea del Sud, in Thailandia, in Malesia ed in Indonesia (Bhowmik, 2005).

Quali che siano le condizioni di provenienza, quando questi lavoratori approdano al settore informale fanno essenzialmente o un lavoro di tipo autonomo o un lavoro di tipo casuale, non permanente. La maggior parte dei venditori in strada, in maniera forse sorprendente, ricade nella prima categoria.

Le modalità di regolazione del fenomeno nel continente asiatico variano grandemente: si va da Malesia, Filippine ed India, che hanno delle politiche esplicite per regolare ed anche proteggere la vendita in strada; a situazioni “miste” come quella dello Sri Lanka e del Bangladesh (dove però, in quest’ultimo caso, spesso si hanno episodi di repressione e di allontanamento); fino alla Cina dove

fino a pochi anni fa la vendita in strada era assolutamente vietata nella maggior parte delle città.

La Cina costituisce, in effetti, un caso particolare, che sta cambiando proprio in questi ultimissimi anni. Risalgono al 2007, infatti, le prime notizie che si hanno di una relativa “liberalizzazione” della vendita in strada, non ancora a Pechino ma in altre città, come Shanghai e Chongqing (Liu, 2007). Queste sono due delle quattro città della Cina che godono dello statuto di municipalità e province autonome, e che possono dunque adottare delle politiche con un certo grado di autonomia. A Chongqing, che conta 3,4 milioni di abitanti nell’area urbana e oltre 32 milioni nell’intera provincia, si stima vi siano oltre 3 milioni di immigrati irregolari da altre parti della Cina. Alcuni di questi, come pure alcuni lavoratori regolari rimasti disoccupati, si sono dati alla vendita in strada, e la municipalità, dopo decenni di messa al bando di simili attività, ha deciso di consentirle e regolarle, proprio in considerazione delle possibilità di lavoro che offrono, risultando peraltro gradite a molti abitanti di zone residenziali ai quali forniscono beni a poco prezzo. L’ipotesi cui la città ha messo mano nel 2007 è quella di realizzare circa 10.000 postazioni per la vendita in strada, cui potrebbero lavorare oltre 15.000 persone, mantenendo al livello municipale il controllo igienico e quello dell’occupazione degli spazi. In un’analoga prospettiva si è mossa Shanghai che, con i suoi 18.5 milioni di abitanti, conta oltre 50.000 venditori in strada. Più di recente il prof. He Bin, dell’Università Cinese di Scienze Politiche e Legge, ha sostenuto che una più generale legalizzazione dei venditori in strada sarebbe opportuna per sostenere ed incrementare l’occupazione nell’attuale fase di crisi economica, e che la vendita in strada non gli appariva affatto contrapposta agli obiettivi di politiche del decoro urbano e di salvaguardia ambientale (Yong, 2009).

Dal punto di vista più complessivo delle politiche pubbliche nei diversi paesi asiatici, non sembra però che all’aumento dei venditori in strada sia corrisposta un’augmentata attenzione nei loro confronti. Talora, nelle situazioni in cui sono di più di numero, soprattutto in prossimità delle scadenze elettorali, si fanno loro alcune promesse che raramente vengono mantenute.

Né, spesso, essi hanno organizzazioni di tipo sindacale che li aiutino ad organizzarsi e proteggersi, tanto meno nel caso in cui si tratti di donne, la cui percentuale pure cresce proporzionalmente in maniera esponenziale.

Le donne formano spesso lo strato più povero, e meno protetto, anche in questo tipo di lavori.

Eppure uomini e donne che vendono in strada - e in Asia si tratta spesso soprattutto di venditori di cibo - oltre a sostenere se stessi e i loro numerosi nuclei familiari, svolgono un lavoro socialmente utile: rendono infatti accessibili dei beni di consumo, soprattutto alimentari, alla parte più povera della popolazione.

3.4.1. *Il caso del Bangladesh*

Il Bangladesh, nato dalla separazione con il Pakistan attraverso una guerra civile nel 1971, è una repubblica parlamentare che, dalla metà degli anni '90, ha conosciuto un forte tentativo di evoluzione in senso democratico, volto alla stabilizzazione politica e alla crescita economica.

Contava poco più di 76 milioni di abitanti nel 1975, 120 nel 1996, oltre 140 milioni nel 2001.

Nello stesso lasso di tempo, la mortalità infantile si è ridotta da 137x1000 (1975) a 78,8x1000 (2001), e la speranza di vita media alla nascita è cresciuta da 46.6 a 58.1 anni di vita.

Contemporaneamente, si sono ridotti i tassi di analfabetismo: dal 70,5% del 1975 al 47,1% degli uomini e 69,5% delle donne del 2001.

La popolazione urbana è cresciuta dal 9,3% del 1974 al 24% del 2001, ma nelle campagne la situazione permane difficile, al punto che si calcola che il 65% delle famiglie rurali non riesca a raggiungere un livello di sussistenza (e va considerato che si tratta di nuclei familiari con una composizione media superiore alle 7 unità).

Dhaka, la capitale, è la maggiore città del paese, con circa 12 milioni di abitanti. Contava oltre 90.000 venditori in strada nel 2003. Molti di questi erano migranti dalle campagne, molto poveri e poco consapevoli dei loro diritti. Quando e dove la vendita in strada è stata equiparata ad un commercio illegale, ci sono state da un lato azioni repressive da parte dell'autorità, dall'altra consistenti fenomeni di corruzione, tali da far sì che parte consistente dei guadagni dei venditori in strada andasse a pagare il prezzo per poter continuare a vendere.

Qazi Saif Uddin Ahmad, funzionario del welfare e della cultura a Dhaka, ha approfondito la condizione dei venditori in strada di cibo, notando come da un lato quest'attività fornisce un'occupazione a molte donne e a molti migranti interni poco istruiti, mentre dall'altro lato consente a molti poveri urbani di avere cibo a prezzi accessibili. Secondo Ahmad, il problema non è allora la repressione di questo fenomeno, ma la sua regolazione, dal punto di vista igienico-sanitario e non solo. La sua ipotesi è che l'autorità cittadina dovrebbe formulare regole e regolamenti in materia, la cui applicazione andrebbe controllata dalla polizia, favorendo la cooperazione tra le due agenzie (Bhowmik, 2005, p. 2257).

Altri studi hanno notato come, pur non esistendo censimenti certi dei venditori in strada, si può osservare che il loro numero cresce, soprattutto nelle aree urbane: si tratta perlopiù di uomini, tra i 25 e i 60 anni di età – concentrati nella fascia dei 30-40enni – le cui storie di lavoro rivelano come spesso si tratti di persone precedentemente impiegate in attività irregolari e malpagate di lavoro manuale particolarmente duro. Quando si tratta di venditori di cibo, le donne, pur non costituendo la maggioranza di quanti vendono in strada, sono spesso coinvolte nella preparazione dei cibi (Bhowmik, 2005, p. 2258).

La situazione che così si configura differisce leggermente dalla tipologia tracciata in riferimento alla situazione asiatica in generale: molti di questi lavoratori non sono, infatti, né migranti rurali poco istruiti appena arrivati in città, né lavoratori del settore formale che si sono venuti a trovare in stato di disoccupazione: sono persone che hanno lavorato, spesso a lungo, nel settore informale in condizioni proibitive e che hanno cercato una condizione lavorativa più vivibile. Una diffusa cultura del commercio e dell'iniziativa personale e familiare in questo senso trova qui conferma anche a questi livelli minimali, tanto da aver fatto parlare alcuni di una vera e propria imprenditorialità di strada.

Analoga è la situazione che è stata indagata in centri minori, come Manikgani: al 1983 si trattava di una cittadina di 38.000 abitanti nella quale si contavano già oltre 550 venditori in strada. Poi c'è stata la terribile inondazione del 1989, e successivamente il numero dei venditori in strada è cresciuto: anche se non se ne conoscono statistiche precise, è stato calcolato che la vendita di cibo in strada risponde al 16% del fabbisogno alimentare degli abitanti. Anche qui sono soprattutto gli uomini a farsi imprenditori di strada, ma anche una certa percentuale di donne, soprattutto vedove o donne sole (Tinker, 1997, p. 75ss.).

Un ostacolo ulteriore è il fatto che questi micro-imprenditori non riescono in genere ad accedere ad alcun credito, e possono perciò contare solo sulle reti familiari e parentali.

Va però notato che, proprio in Bangladesh, è emerso negli ultimi anni un certo grado di associazionismo e si è verificata la nascita di veri e propri sindacati tra i venditori in strada. Così, mentre al livello politico si registrano periodiche promesse da parte dei diversi partiti, rivolte ad una regolarizzazione e a un miglioramento della vendita in strada, che vengono puntualmente smentite, le associazioni ed i sindacati locali si sono attivati in maniera concreta per concordare con il governo una politica per la vendita in strada.

Tra le varie proposte allo studio, c'è quella di facilitare l'accesso al micro-credito, nella prospettiva di migliorare la qualità del lavoro dei venditori in strada ma anche la qualità dei beni e dei servizi con i quali essi rispondono ai bisogni di tanta parte della popolazione più povera.

3.4.2 Il caso dello Sri Lanka

Divenuto indipendente nel 1948, quando si chiamava ancora Ceylon, lo Sri Lanka ha preso il suo attuale nome nel 1972. E' un paese di circa 20 milioni di abitanti, che non ha conosciuto lo stesso sviluppo di altri paesi asiatici, e che dal 1983 è devastato dal conflitto tra Singalesi e Tamil, che ha causato oltre 70.000 morti. Ciononostante, negli anni '90 il paese aveva conosciuto una certa crescita, che si è poi di molto rallentata, mentre sono crollati – per la situazione interna – i profitti legati al turismo.

La maggiore città è Colombo, l'ex capitale (attualmente parlamento e centri amministrativi sono a Kotte), che conta 600.000 abitanti, circondata da un agglomerato urbano che arriva a 2 milioni di abitanti.

Nel 2002 l'Ong Sevantha stimava che, solo a Colombo, ci fossero tra gli 8.000 e i 10.000 venditori in strada, senza includere i venditori di cibo (Bhowmik, 2005, p. 2258).

I venditori di strada in Sri Lanka sembrano godere di una situazione lievemente migliore che non in Bangladesh o in India. La loro attività non è infatti illegale, e possono condurre i loro commerci pagando una tassa giornaliera alla municipalità. Però anche in Sri Lanka può accadere che altri uffici municipali o altre persone ancora cerchino di rendere loro difficile la vita.

D'altra parte, la maggior parte dei venditori vengono dagli strati più poveri della popolazione, e la vendita in strada costituisce la sola risorsa economica per loro e per le loro famiglie. Molti sono donne, ed anche bambini. Tutti lavorano per una media di 25 giorni al mese.

I venditori di cibo guadagnano un poco più degli altri, e il loro numero cresce costantemente, anche per l'aumentare della domanda da parte dei consumatori più poveri.

Di fronte a questo stato di cose, la municipalità di Colombo ha proceduto ad organizzare essa stessa delle esperienze-pilota di vendita di cibi in strada, garantendo i livelli di organizzazione e di igiene, e proponendole come esperienze modello (finora si tratta di un gruppo di 35 venditori) (Bhowmik, 2005, p. 2258).

3.5. *La realtà dei venditori in strada nelle città dell'Africa.*

Catherine Coquery-Vidrovitch (2005) ha spiegato che le città africane crescono in una loro maniera tipica, attraverso tre stadi: una massiccia immigrazione di lavoratori maschi; l'attenuazione della dominanza maschile per mezzo di una rinnovata immigrazione di donne e bambini; l'esplosione demografica, con un alto numero di nascite e con il prevalere della popolazione giovane su quella adulta.

L'Africa si è venuta urbanizzando più lentamente del resto del mondo (nei primi anni 2000, il 40% rispetto al 51% mondiale), ma la percentuale di popolazione urbana è cresciuta stabilmente dagli anni della decolonizzazione, salendo dal 14,7% nel 1950 al 37,2% nel 2000. Al 1950 non c'erano città che arrivassero ad un milione di abitanti, oggi sei città si avvicinano alla soglia dei 4 milioni o la superano (*Lagos*, ex capitale della Nigeria, con 7.9 milioni di abitanti al 2006; *Il Cairo*, in Egitto, con 7.9 milioni nella municipalità e 17 milioni di abitanti nell'intera area urbana, che era al 2008 la tredicesima metropoli mondiale; *Kinshasa*, nella Repubblica Democratica del Congo, con 7.5 milioni di abitanti stimati al 2005; *Nairobi*, in Kenya, con 4-4.5 milioni di abitanti stimati al 2007;

Johannesburg, Sud Africa, che contava al 2001 3 milioni di abitanti nell'area centrale e 8 milioni includendo l'hinterland; *Alexandria d'Egitto*, con 4.1 milioni al 2006; *Khartoun*, in Sudan, con oltre 2.7 milioni di abitanti nei primi anni 2000).

Nell'immaginario occidentale, forse anche per una sorta di cattiva coscienza legata alla colonizzazione, queste città ed altre rappresentano facilmente delle situazioni fuori controllo, in preda ai problemi igienici, alla violenza, al degrado e alle povertà estreme. In realtà anche in Africa, come ovunque, le città sono realtà complesse e vitali, molto stratificate, nelle quali si manifestano una pluralità di fenomeni di vario segno.

Tra quelli che caratterizzano le città africane c'è anche la persistenza e l'aumento dei venditori in strada. Costoro vengono però a trovarsi in una situazione alquanto differente da quella dei loro colleghi asiatici, sia perché si tratta di persone mobili in contesti nei quali la parte di popolazione migrante e mobile è comunque molto alta; sia perché risultano diverse, laddove esistono, le modalità di regolazione del fenomeno.

In Africa è più raro che in Asia trovare tra i venditori in strada persone rimaste disoccupate dopo aver svolto lavori formali: la vendita in strada è piuttosto una risorsa per i migranti e per i poveri, più spesso per le donne che per gli uomini.

Si vendono cibi e bevande, o altri beni, che vanno dalle stoffe e dai vestiti ai medicinali tradizionali, fino ad oggetti elettrici ed elettronici. Si vendono anche molti servizi, che vanno dal trasporto di persone e cose al parrucchiere, dalla fotografia alla sicurezza, fino ad ogni tipo di riparazioni, di abiti, scarpe, orologi e quant'altro.

La maggior parte di questi venditori di beni e servizi non ha alcuna licenza, né dispone di alcuno spazio proprio o fisso dove esercitare i suoi commerci. Eppure, il loro insieme costituisce una parte non irrilevante della forza lavoro nei diversi paesi. Non si hanno purtroppo dati precisi per ciascun paese e per l'Africa nel suo complesso, ma alcuni esempi sono rivelatori. Così è nel caso del Kenya (31 milioni di abitanti al 2001), dove al 1999 i venditori in strada venivano stimati in 416.294 unità, pari al 5,2% della forza lavoro non agricola, del quale il 3,9% costituito da donne (Charmes, 1998).

La storia dell'intreccio tra le consistenti migrazioni africane – processi che si muovono perlopiù all'interno degli stati africani e tra di essi, lambendo in misura molto contenuta l'Europa e gli altri continenti (de Haas, 2007) – e la vendita in strada è una storia complessa e altalenante ma continua, di certo dai tempi della decolonizzazione. Prima, e per molto tempo, c'era stato il commercio degli schiavi, durato dal XVI al XIX secolo. La colonizzazione aveva significativamente alterato i modelli delle migrazioni intra-regionali, imprimendo ad essi il carattere di movimenti in vista del lavoro salariato, spesso altamente regolati, dalle campagne verso le città ovvero dalle zone interne a quelle costiere. A questi si accompagnavano movimenti di lavoratori stagionali o occasionali, tra i quali potevano svilupparsi situazioni di vendita in strada, temporanee o talvolta anche durature. Così è stato in parte ancora negli anni '50 e '60. Ma con gli anni

'70 si è avuta una svolta considerevole, perché a mano a mano che la crisi e la disoccupazione colpivano diversi paesi, questi intraprendevano azioni contrarie all'immigrazione e talora rimpatri di massa. Era facile, allora, che si dedicassero alla vendita in strada, anche ai limiti della legalità, gli immigrati nelle situazioni più precarie o i respinti tornati in paesi e zone spesso ancora più poveri.

Accanto a questo tipo di sviluppo della vendita in strada c'è stata, lenta ma costante, la crescita del numero delle donne impegnate in questa attività. Ciò in ragione delle loro limitate opportunità economiche nelle aree sia rurali sia urbane; della loro scarsa o nulla istruzione; ed anche del fatto che spesso devono comunque collaborare al reddito familiare. Va peraltro notato che la vendita in strada, di cibo ed anche di altri generi, è un'attività tradizionalmente legittima per le donne africane, ed è un'attività flessibile, che consente loro di contemperare i tempi di lavoro con quelli della cura domestica.

W.V.Mitullah (2003) ha così sintetizzato la situazione della vendita in strada emergente nelle città di sei stati africani (Kenya, Costa d'Avorio, Ghana, Zimbabwe, Uganda e Sud Africa):

- la maggioranza dei venditori in strada sono donne, pur non mancando uomini e bambini;

- la maggioranza dei venditori in strada lavorano in proprio e sono dettaglianti;

- la maggioranza dei venditori in strada provvede a nuclei familiari consistenti, pur essendovi piccole percentuali di *singles*, vedovi o divorziati;

- la maggior parte delle donne impegnate nella vendita in strada porta avanti da sola sia tale attività sia le cure domestiche, mentre gli uomini sono più spesso aiutati da donne nel lavoro e non hanno quasi mai mansioni di cura domestica;

- la maggior parte dei venditori in strada vende vicino alla propria abitazione, e non fa comunque uso di mezzi per raggiungere il posto in cui vendere;

- la maggior parte dei venditori in strada ha titoli di studio molto bassi, anche se tra i più giovani si trova a volte un maggior livello di scolarizzazione;

- gli uomini sono spesso più competenti professionalmente delle donne, e tra queste ultime è alto il numero di quante si dedicano alla vendita in strada dopo essere state abbandonate o essere rimaste vedove;

- per gli uomini la vendita in strada costituisce spesso un'occupazione di passaggio, che esercitano perlopiù da giovani, mentre per le donne è frequente che si tratti di un'occupazione che dura tutta la vita, e che esse esercitano anche in età anziana;

- la maggior parte dei venditori in strada lavora tra le 8 e le 12 ore al giorno, con variazioni negli orari di inizio e di fine giornata anche a seconda del tipo di merce venduta, della località e della collocazione, e anche del genere: gli uomini lavorano di solito più a lungo.

Soltanto molto di recente, e soltanto in pochi casi, si è preso a riconoscere l'estensione del fenomeno, in Africa, e a cercare di regolarlo. Significativa è l'esperienza del Sud Africa, che sostiene attivamente il commercio di strada, con un mix di regole ed azioni al livello centrale e ai vari livelli locali.

3.5.1. Il caso del Senegal

Repubblica unitaria e paese di immigrazione e di emigrazione al tempo stesso, il Senegal conta una popolazione di circa 10.5 milioni di abitanti. Di questi solo 3 o 4 milioni lavorano nell'economia formale. Per il resto, il lavoro - agricolo e non solo - ricade spesso nell'economia informale. La Banca Mondiale ha calcolato che il 97% dei lavori creati in Senegal tra il 1995 e il 2004 erano nel settore informale (Tattersall, Ba, 2007). L'industrializzazione del paese, che pure aveva proceduto nei decenni passati, ha conosciuto una battuta d'arresto con la crisi degli ultimi anni, in cui sono state chiuse molte piccole e medie industrie del tessile e della pesca. Il risultato di questa situazione è un'intensificazione delle migrazioni interne, inter-africane ed internazionali, con una crescita della vendita in strada sia da parte dei migranti, come tradizionalmente avviene in Africa, sia pure da parte dei lavoratori dell'industria rimasti disoccupati.

A Dakar, la capitale del paese, che conta poco più di 2.3 milioni di abitanti, si calcola ci siano tra i 50.000 e i 100.000 venditori in strada. Molti si concentrano al mercato Sandaga, uno dei maggiori mercati della città, accanto ai rivenditori autorizzati (Sewa, 2007).

Corteggiati a lungo dai politici, i venditori in strada sono stati poi abbandonati a se stessi e, nel novembre 2007, messi seriamente in difficoltà, allorché le autorità cittadine volevano ripulire le strade della città in vista di un importante vertice islamico che si teneva nel marzo 2008. La situazione si è fatta così tesa che c'è stata una vera e propria rivolta dei venditori in strada, aiutati dai sindacati e da molti altri lavoratori. A seguito di questa protesta, l'amministrazione cittadina ha cominciato a cercare forme diverse di regolazione del fenomeno.

Occorre considerare che, in Senegal, alla progressiva precarizzazione del mercato del lavoro corrisponde un sempre più alto livello di istruzione e formazione, con molti giovani che non trovano sbocchi lavorativi e si accontentano per dei periodi anche della vendita in strada, o si volgono all'emigrazione.

Dice uno di loro, M.Diouf, venditore a Dakar, parlando della recente crisi finanziaria internazionale: "ho sentito un'intervista di un direttore di banca qui in Senegal che dice che la crisi non toccherà le banche in Senegal, in Africa in generale. Ma...io so benissimo che questo avrà effetti sull'Africa, sul Senegal...E avrà di sicuro effetti anche sulla condizione di gente come me, che viene quaggiù in città a vendere cose per poter tornare a casa la sera e provvedere ai propri familiari" (Quist-Arcton, 2009).

Si teme la crisi "delle 4 f" (*fuel, food, fertilizer, finance* - carburante, cibo, fertilizzanti e finanza) e anche i venditori in strada, che si trovano in condizione già così precaria, ne temono le conseguenze.

Ma, come si è detto, la vendita in strada in Senegal rappresenta anche una tradizione, già presente nei villaggi, che si è venuta consolidando nelle città fino dai primissimi tempi della decolonizzazione; e che, non di rado, ha accompagnato e accompagna anche l'emigrazione senegalese all'estero.

Mohammed, laureato in letteratura francese a Dakar, è uno delle centinaia di venditori senegalesi a New York. Descrive gli inizi della sua attività come un inferno: "quando arrivi qui, è più dura che mai". Non aveva idea del capitalismo e del consumismo occidentali. Ora ha imparato che, quando un potenziale acquirente si avvicina, deve lasciare che questo consideri la merce, e poi volga eventualmente domande. Esperienza molto diversa dal Senegal, dove la propria merce viene proposta attivamente, ad alta voce. La cultura del vendere, così consolidata in Africa e in Senegal, è sensibilmente diversa nelle città occidentali.

Abraham, membro di una confraternita muride, che vendeva CD e DVD in Senegal, a New York vende articoli di bigiotteria. Ma siccome la vita è cara integra i suoi guadagni facendo il lavapiatti in un ristorante giapponese la sera. Dice che l'esperienza più dura è stata quella di muoversi nella selva di regole e regolamenti della metropoli americana.

D.Daour, 67 anni, un veterano, ha imparato a rispettare alla perfezione tutte queste regole e regolamenti. Dispone le sue sciarpe di cashmere su un banchetto, specifica i prezzi, attende. Ha venduto in strada per 40 anni. A 26 ha cominciato a vendere al mercato delle pulci in Senegal. A 41 anni è arrivato in America e ha chiesto una licenza di vendita, mettendosi poi a girare tutti i mercatini delle pulci delle città di provincia. Ha ricevuto la sua licenza quando aveva 48 anni e da allora, per 16 anni, ha venduto in centro a New York. Dice che in realtà la vita non è troppo diversa, tra il Senegal e l'America, se non fosse per il freddo.

Secondo altri, in emigrazione è molto più dura perché manca il sostegno familiare (Demick, 2006).

3.6. Tra società di partenza e società di arrivo: un bilancio provvisorio

Come si è visto, la vendita in strada costituisce un'attività economica – spesso ritenuta irregolare, anche per la mancanza di regole, ma non illegale – intimamente connessa ai processi migratori e alle situazioni di precarietà e vulnerabilità sociale.

Per alcuni, soprattutto in Asia, può costituire un ripiego o un'attività di sostegno momentaneo quando si perde un lavoro formale. Ma per i più è un'attività che consente di coniugare la tradizione, la propensione al commercio e al lavoro autonomo, e le esigenze della vita complessa delle città e delle transizioni, accompagnando le migrazioni rurali-urbane ma anche quelle verso altri paesi, vicini e lontani.

Al pari di altre attività lavorative informali non richiede troppi capitali iniziali, e spesso le stesse reti familiari e locali che sostengono l'emigrazione sostengono pure il piccolo commercio, fornendo almeno i primi beni commerciabili ed aiutando la sopravvivenza di chi è emigrato nelle prime fasi.

Certo è che l'esperienza in immigrazione è alquanto diversa a seconda che si immigri in una città o in un altro paese asiatico o africano o invece in città e paesi occidentali, europei ed americani. Nel primo caso ci si trova ancora nell'ambito di economie di sussistenza o poco più, mentre nel secondo caso ci si trova confrontati con economie consumistiche, in cui cambia completamente il panorama dei beni e dei servizi commerciabili.

Non si vendono cibi, ma generi di consumo spesso strettamente connessi al tipo di situazione in cui ci si trova a vendere: *souvenirs* nelle località turistiche; abiti, stoffe, bigiotteria e articoli artigianali nelle città; costumi, abbigliamento leggero, asciugamani, giocattoli, ventagli e altro nelle località marine, e via dicendo. Anche i servizi che vengono offerti cambiano consistentemente: si tratta più del superfluo che del necessario, di fare le treccine piuttosto che il servizio di barbiere o parrucchiere; dei tatuaggi piuttosto che della riparazione di scarpe, vestiti o orologi; dei massaggi o di altri servizi al benessere della persona piuttosto che del trasporto o della battitura a macchina.

Ma, pur mutando tutti questi fattori contingenti, non muta sostanzialmente il nesso tra esperienza migratoria, situazioni di precarietà e vulnerabilità e propensione alla vendita in strada. Né spesso, come testimonia D.Daour, muta troppo l'esperienza che si fa in quanto venditori di strada.

In realtà, sono molto diversi i sistemi di regolazione della vendita in strada, che in molte situazioni di approdo, e segnatamente nelle nostre società europee, possono risultare illegali piuttosto che semplicemente irregolari, soprattutto per quanto attiene a certi beni e servizi ovvero a determinate condizioni dei venditori. Ma questi ultimi lo sanno? Che conoscenza e che consapevolezza hanno dei nostri sistemi di regolazione? Come "leggono" la loro condizione nel nostro paese e nelle nostre città in base alle loro esperienze precedenti?

Si tratta di uno degli aspetti problematici più importanti. Ma non è l'unico: nei capitoli che seguono si tornerà sulla comparazione tra i diversi sistemi di regolazione ed anche nelle diverse proposte possibili, per disciplinare le attività di vendita in strada ma anche per tenere conto dei benefici che essa può arrecare a chi vende (in termini di occupazione ed eventualmente di miglioramento della propria condizione occupazionale) come pure a chi compra (in termini di accesso economico a beni e servizi vari, purché i primi non siano contraffatti ed i secondi non siano dannosi).

Parte seconda. La ricerca

4. La metodologia dell'indagine

Fin dalla presentazione del Progetto di ricerca avevamo indicato l'importanza del fatto di poter disporre di numerosi precedenti di ricerca sul tema dell'abusivismo commerciale a Rimini e sulla riviera emiliano-romagnola. Si tratta – come abbiamo indicato nei singoli capitoli – di ricerche svolte in vario modo, con rilevazioni dirette sull'arenile, tramite questionario rivolto ai venditori, tramite questionario o intervista rivolti ai turisti, ai residenti, agli imprenditori turistici, agli operatori del settore, ad altri testimoni informati. Talora è stato usato uno solo di questi metodi, altre volte sono stati combinati. Questo ci ha comunque consentito di disporre di un materiale ricco e vario con il quale confrontare costantemente i risultati della presente indagine.

Anche se non si tratta di una indagine longitudinale, possiamo quindi affermare con ragionevole certezza che – almeno per quanto riguarda il comprensorio riminese – essa offre dati attendibili sull'andamento del fenomeno negli ultimi dieci anni.

Mentre la prima parte del presente Rapporto di ricerca fornisce un inquadramento relativo al tema dell'abusivismo commerciale svolto da cittadini immigrati, la seconda presenta un approfondimento empirico condotto sul territorio riminese, con l'intento di cogliere (e in parte dipanare) la complessità del fenomeno, rilevandone le articolazioni interne e le recenti trasformazioni, allo scopo di fornire possibili chiavi di lettura che consentano di interpretarlo e di operare in termini di buone pratiche.

Nel dettaglio, l'approfondimento empirico ha previsto varie azioni di ricerca.

Anzitutto abbiamo reperito e selezionato il materiale statistico rilevante esistente e, in qualche caso, abbiamo richiesto delle elaborazioni *ad hoc*. Così è stato ad esempio per le statistiche relative all'imprenditoria straniera nei settori merceologici cui sono interessati anche i venditori in spiaggia, aggiornate all'estate 2008, che ci sono state cortesemente fornite dall'Ufficio Studi e Statistiche della CCIAA di Rimini.

Successivamente abbiamo effettuato sei discese lungo l'arenile, coprendo tutti i 15 chilometri di spiaggia riminese e i 151 bagni sud e 76 bagni nord per rilevare attraverso osservazione diretta e osservazione partecipante i soggetti immigrati che vendevano in spiaggia, abusivi e non, e contarne e stimarne le presenze anche a seconda dell'andamento della stagione, delle diverse giornate, dei diversi orari della giornata.

Nel dettaglio ci si è avvalsi di un metodo complesso – il più utilizzato a questo fine e in riferimento al tipo di fenomeno indagato – caratterizzato da una procedura di rilevazione che unisce *informazioni ricavate dai testimoni*

privilegiati, dai *conteggi parziali* (si tratta di rilevazioni riferite a sottogruppi di più facile identificazione perché raggiungibili presso strutture come mense o luoghi per dormire) e dalle *stime in spiaggia* ottenute come si è detto sopra.

Contestualmente sono state realizzate di 15 interviste semi-strutturate a testimoni significativi, al fine di ottenere una descrizione del fenomeno dell'abusivismo commerciale da parte dei cittadini immigrati a Rimini, dei principali soggetti coinvolti ed una valutazione delle misure di governo del fenomeno messe in atto sul territorio. In questa fase sono stati coinvolti membri di organizzazioni pubbliche esperti di politiche sociali, abitative, dell'immigrazione e del lavoro, referenti delle forze dell'ordine facenti capo al livello nazionale e locale, interlocutori appartenenti ad associazioni di categoria e sindacati, nonché ad organizzazioni pubbliche, private e di terzo settore coinvolte nella definizione, monitoraggio, valutazione delle politiche locali per l'immigrazione, oltre che associazioni di immigrati presenti sul territorio riminese.

Sono stati inoltre condotti due *focus group* con la partecipazione di esperti⁷ al fine di ampliare la descrizione del fenomeno relativo all'abusivismo commerciale dei cittadini immigrati nel territorio riminese e dei principali soggetti coinvolti. Il *focus group* è un metodo di ricerca qualitativo teso alla raccolta di informazioni, punti di vista e opinioni su un determinato oggetto di interesse, studio, approfondimento. Si tratta di un approccio alla conoscenza che prevede un tempo prefissato e appositamente dedicato alla comunicazione, alla possibilità di parlare e all'opportunità di ascoltare. Il *focus group* è una tecnica che permette di riunire un gruppo di persone qualificate e informate a proposito di un'area problematica oggetto di interesse (nel nostro caso temi legati ai processi migratori nel riminese e al fenomeno dell'abusivismo commerciale di immigrati) e di domandare la loro opinione sulla base della propria esperienza, in un contesto interattivo e di confronto reciproco, alla presenza di un moderatore che anima la conversazione e stimola gli interventi.

Nel dettaglio i focus si sono incentrati sulle seguenti aree tematiche da sottoporre a discussione e confronto tra i partecipanti:

- a) un giro di tavolo che permetta ad ogni soggetto di presentarsi e illustrare la propria attività specifica;
- b) una descrizione delle principali caratteristiche del fenomeno dell'abusivismo commerciale, in *primis* da parte degli immigrati, nel territorio riminese;
- c) un'illustrazione delle problematiche più rilevanti/urgenti sollevate da questo tipo di fenomeno;
- d) una valutazione delle strategie di intervento adottate nel riminese e possibili suggerimenti di *governance* coordinata e condivisa del fenomeno nei suoi vari aspetti e intrecci.

⁷ Gli esperti invitati ai *focus group* appartengono alle organizzazioni precedentemente coinvolte nelle interviste semi-strutturate, quindi: organizzazioni pubbliche, private o di terzo settore, forze dell'ordine, associazioni di categoria e sindacati, altre organizzazioni di terzo settore (associazioni di volontariato e cooperative sociali) attive nell'ambito della rete dei servizi per l'immigrazione.

Sono state anche realizzate⁸ interviste in profondità con taglio biografico rivolte sia a immigrati dediti all'abusivismo commerciale in spiaggia nel comune di Rimini, sia a immigrati oggi commercianti regolari che hanno esercitato tale attività in passato allo scopo di approfondire il fenomeno, cogliendolo anche gli aspetti soggettivi e incrociando gli elementi di regolarità/irregolarità lavorativa a quelli connessi alla regolarità/irregolarità della presenza immigrata. L'intervista in profondità con approccio biografico permette di sondare in maniera approfondita il mondo dei significati soggettivi senza per questo essere troppo intrusiva. Essa offre al ricercatore l'opportunità di svelare ed evidenziare nessi e catene causali. E' proprio grazie alla sua scarsa direttività che questa tecnica si presta a far emergere le pratiche concrete e i significati ad esse attribuiti dagli attori sociali, nonché i processi di costruzione sociale della realtà, i significati socialmente definiti e dati per scontati. Si tratta pertanto di una prospettiva conoscitiva che pone il soggetto, con le sue rappresentazioni e i suoi vissuti personali al centro della riflessione, in qualità di motore e referente privilegiato del sociale. Essendo l'individuo concepito come soggetto autonomo d'azione, un valore importante è assegnato alla sua esperienza personale e alla sua vita quotidiana, intesa come spazio all'interno del quale l'attore costruisce il senso del proprio agire e ne sperimenta limiti e opportunità. La scelta di un simile strumento permette di usufruire di quei vantaggi che derivano da una situazione di relazione interpersonale, anche in presenza di difficoltà linguistiche, e consente di sollecitare risposte più precise e di ridefinire la domanda in caso di fraintendimento da parte dell'intervistato, nonché la possibilità di studiare il comportamento non verbale degli interlocutori, dal quale estrapolare ulteriori dati e informazioni da affiancare al fluire delle parole. Lasciando all'intervistato la massima libertà nell'articolazione delle sue risposte, l'intervista in profondità consente di cogliere la dimensione della soggettività, del vissuto quotidiano e dell'intenzionalità degli interlocutori.

Tre sono le principali aree tematiche attorno alle quali sono stati sviluppati i colloqui:

1. l'esperienza di socializzazione, formativa e lavorativa del soggetto intervistato, ripercorrendo il suo percorso migratorio, le sue motivazioni ed

⁸ Crediamo opportuno precisare in questa sede che le interviste sono state sottoposte ad un gruppo di immigrati, non definibile per sua natura come campione statistico, bensì come insieme di riferimento empirico, ossia una somma o sistema complesso di relazioni sociali che non aspira ad essere definito come campione statistico, ma che rientra nell'economia di una ricerca secondo altri percorsi (esemplificativo, informativo). Nello specifico, come illustrato al capitolo 12, si è partiti da due colloqui in profondità con testimoni immigrati informati ai quali è stato richiesto di indicare attuali venditori in spiaggia e attuali commercianti regolari che avevano esercitato questa attività in passato, di loro fiducia, fungendo da mediatori. Abbiamo chiesto a loro volta agli intervistati di indicarci altri di loro fiducia, seguendo una strategia di campionamento conosciuta come *snowball strategy*, fino alla *saturazione* delle interviste raccolte. Per *saturazione* si intende il criterio di analisi qualitativa per il quale si smettono di raccogliere nuove interviste rispetto a determinati temi quando le risposte a questi cominciano a ripetersi in maniera che ad ogni ulteriore intervista non emergano elementi di novità.

indagando l'attuale condizione dell'intervistato (familiare, lavorativa, di regolarità o irregolarità della presenza, i rapporti interpersonali, le varie forme di sostegno sociale, psicologico e economico su cui poter contare, ecc..) e le sue attuali modalità di lavoro in spiaggia o presso gli esercizi commerciali di riferimento;

2. il vissuto quotidiano, le problematiche relative al lavoro e alla presenza a Rimini, i rapporti con le pubbliche Autorità; e sono state indagate le risorse sociali attivate o attivabili (rete parentale o servizi pubblici), le strategie definite per promuovere un equilibrio tra diversi ambiti;
3. le rappresentazioni sociali ed il significato attribuito al lavoro, al progetto migratorio, ai rapporti con i propri interlocutori significativi (ambito familiare, lavorativo, interpersonale, rapporto con le istituzioni locali, ecc..).

Infine, l'approfondimento empirico ha previsto l'analisi della rappresentazione del fenomeno dell'abusivismo commerciale offerta dalla carta stampata locale. La tecnica utilizzata è quella della *content analysis* di tipo quanti-qualitativo, ossia l'analisi del contenuto degli articoli apparsi sulla stampa nelle ultime 4 annualità (2005-2008) con l'intento di cogliere le modalità di trattazione e comunicazione del fenomeno, che inevitabilmente concorrono a definire la percezione collettiva dello stesso e degli attori in esso coinvolto.

5. Il contesto locale: economia e lavoro

Prima di passare alla trattazione delle principali risultanze emerse dall'indagine sul campo, forniremo di seguito, seppure in maniera molto sintetica, un'analisi descrittiva del contesto di riferimento, a partire dalle caratteristiche socio-economiche del tessuto produttivo locale. E in quest'ottica ci pare opportuno anche un breve richiamo allo scenario economico e occupazionale regionale.

L'Emilia-Romagna rappresenta "la regione italiana che ha conseguito nell'ultimo decennio i tassi di crescita più elevati. Pur in fase di congiuntura difficile, ha proseguito nel suo cammino di sviluppo, innovando ed estendendo gli scambi con l'estero, anche attraverso il modello di aggregazione dei gruppi di impresa che va oltre l'organizzazione in filiere e in distretti" (Unioncamere Emilia-Romagna, 2007, p. 6).

Gli stessi dati relativi al mercato del lavoro regionale avvalorano l'immagine di uno "scenario virtuoso", contraddistinto dalla crescita dell'occupazione e dalla riduzione del tasso di disoccupazione. Nel 2007 l'Emilia-Romagna ha registrato il miglior tasso di occupazione del Paese, con una percentuale superiore al 70%, a fronte della media nazionale del 58,7%. Analogo primato si riscontra anche in termini di tasso di attività, che si è attestato al 72,4%. Contestualmente si delinea una contrazione del tasso di disoccupazione, che passa dal 3,4% del 2006 al 2,9% del 2007.

Restringendo l'attenzione alla provincia di Rimini, si rileva complessivamente una buona crescita economica, fortemente aumentata negli ultimi anni, e un elevato livello di benessere, tanto da attestarsi all'undicesima posizione fra le province italiane.

Sul territorio riminese si registra un andamento positivo relativamente al mercato del lavoro per il 2006, con un incremento del numero di occupati rispetto all'anno precedente, che raggiunge le 129 mila unità, ed un contestuale calo delle persone in cerca di occupazione, passate dalle 7.542 unità del 2004 alle 6.310 del 2005 sino alle 5.663 del 2006. La crescita tendenziale del numero di occupati nel triennio 2004-2006 si pone in linea con le dinamiche del mercato regionale che risulta appunto uno dei più vitali del nostro paese.

Le non forze di lavoro sono 115 mila unità, pari al 46,1% della popolazione con età uguale o superiore ai 15 anni: una percentuale leggermente superiore rispetto alla quella media regionale (45,5%), ma decisamente inferiore rispetto a quella nazionale (50,8%).

Tabella 5 – Popolazione in età lavorativa per condizione, provincia, regione e Italia (in migliaia, anno 2006).

	Occupati	Persone in cerca	Non forze lavoro	Totale popolaz. => 15 anni
Piacenza	119	3	119	241
Parma	194	5	165	364
Reggio Emilia	231	6	184	422
Modena	308	9	256	573
Bologna	450	13	366	829
Ferrara	152	9	153	314
Ravenna	169	6	148	324
Forlì-Cesena	166	9	151	36
<i>Rimini</i>	<i>129</i>	<i>6</i>	<i>115</i>	<i>249</i>
Emilia-Romagna	1.918	67	1.657	3.642
Italia	22.988	1.673	25.501	50.163

Fonte: Unioncamere.

Considerando l'andamento storico, con la precisazione che il cambiamento del metodo di rilevazione delle forze di lavoro da parte dell'Istat rende meno affidabile la comparazione dei dati del 2006 con quelli relativi agli anni precedenti al 2004, si evince come i 129 mila occupati registrati nel 2006, nella provincia di Rimini, rappresentino l'esito del considerevole aumento della popolazione occupata fra il 1995 ed il 2002, quando passa da 109 mila unità a 125 mila. Anche il numero delle persone in cerca di occupazione conferma il trend decrescente evidenziato negli anni passati.

Tabella 6 – Popolazione in età lavorativa per condizione ed anno in provincia di Rimini (in migliaia, anno 2006).

	Occupati	Persone in cerca	Non forze lavoro	Totale popolaz. => 15 anni
1995	109	10	115	234
1996	110	10	117	237
1997	109	11	120	241
1998	107	10	124	241
1999	114	8	120	242
2000	116	9	119	244
2001	122	7	113	242
2002	125	6	115	245
2003	120	5	120	244
2004*	121	8	113	242
2005*	127	6	113	246
2006*	129	6	115	249

Fonte: Unioncamere. I dati relativi agli anni 2004, 2005, 2006 non sono confrontabili con quelli degli anni precedenti in quanto l'Istat ha cambiato il sistema di rilevazione.

L'analisi dei principali indicatori del mercato del lavoro riminese riflette questa situazione complessivamente positiva, collocandosi lievemente al di sotto della media regionale, ma indubbiamente al di sopra di quella nazionale. Nel

dettaglio, il tasso di attività (15-64 anni) si attesta al 69%, risultando appunto decisamente superiore alla media italiana del 62,5%, benché inferiore rispetto al valore raggiunto dall'area del Nord-Est e dalla regione Emilia Romagna, rispettivamente il 69,8% e il 72,4%.

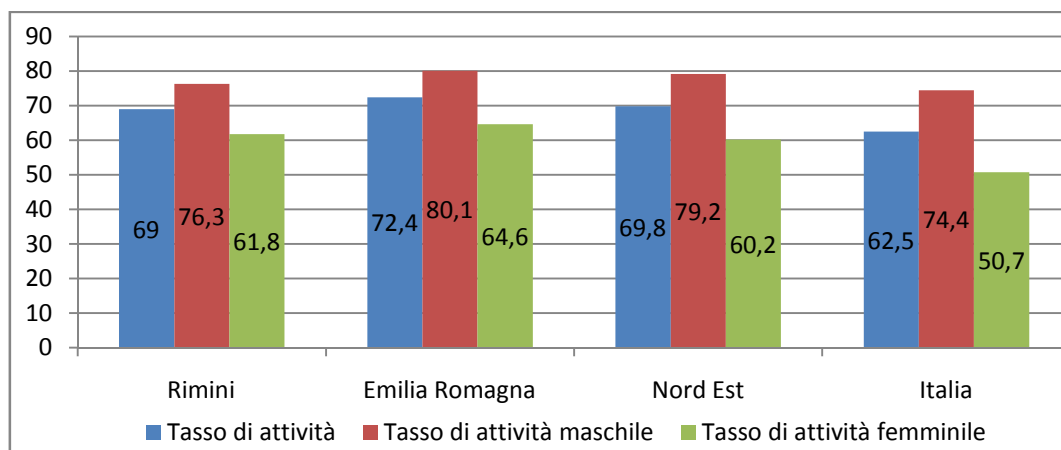


Figura 1 - TASSO DI ATTIVITA' PER GENERE A RIMINI, EMILIA ROMAGNA, NORD EST E ITALIA AL 2007
Fonte: Unioncamere.

Leggermente più ampio è lo scarto fra il tasso di occupazione provinciale, che si attesta al 65,9%, e quello degli altri aggregati territoriali considerati, ossia il Nord-Est e il contesto emiliano romagnolo, che raggiungono rispettivamente il 67,6% ed il 70,3%. Ancora una volta però la media provinciale si scosta in positivo da quella italiana, pari al 58,7%, seppure permanga ancora una certa distanza dal 70% indicato come Obiettivo di Lisbona⁹.

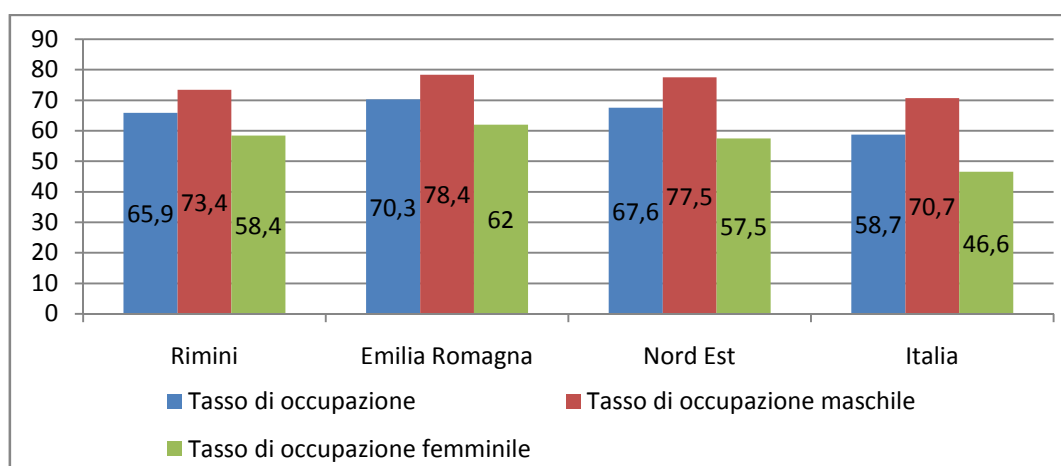


Figura 2 - TASSO DI OCCUPAZIONE PER GENERE A RIMINI, EMILIA ROMAGNA, NORD EST E ITALIA AL 2007
Fonte: Unioncamere.

⁹ Si ricorda che per l'anno 2010 gli Obiettivi di Lisbona prevedevano il raggiungimento di un tasso di occupazione complessivo (15-64 anni) pari al 70% e per donne pari al 60%.

Il tasso di disoccupazione si attesta al 4,5%, un livello ritenuto “fisiologico”. Si tratta però di un valore superiore alla media regionale (2,9%) e alla media del Nord-Est (3,1%), pur risultando significativamente più basso rispetto al valore nazionale del 6,1%.

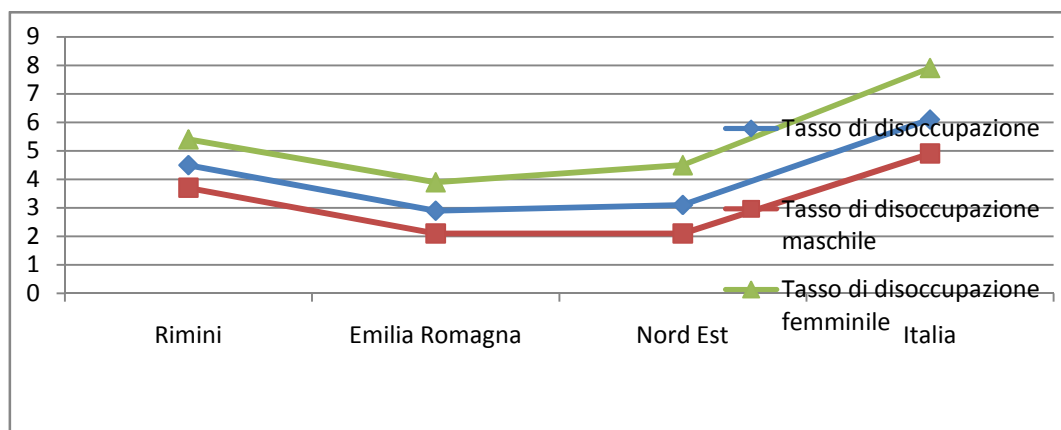


Figura 3 - TASSO DI DISOCCUPAZIONE PER GENERE A RIMINI, EMILIA ROMAGNA, NORD EST E ITALIA AL 2007 Fonte: Unioncamere.

Tabella 7 – Principali indicatori del mercato del lavoro per genere ed anno in provincia di Rimini

	Tasso di attività			Tasso di occupazione			Tasso di disoccupazione		
	M	F	Totale	M	F	Totale	M	F	Totale
1995	75,6	49,5	62,4	71,9	42,7	57,0	4,2	14,9	8,4
1996	75,0	50,2	62,4	71,1	43,9	57,3	5,	12,2	8,3
1997	75,1	49,0	62,0	70,6	41,5	56,0	5,5	14,6	9,1
1998	74,2	48,5	61,3	68,9	42,9	55,8	7,0	10,9	8,5
1999	76,5	51,4	64,1	73,0	45,7	59,5	4,1	10,2	6,6
2000	76,6	52,1	64,3	73,0	46,4	59,7	4,0	9,8	7,2
2001	78,0	53,1	65,6	74,9	49,3	62,1	3,9	7,7	5,4
2002	76,4	53,5	65,1	73,2	51,1	62,4	4,2	4,4	4,3
2003	77,3	53,4	65,6	74,9	51,0	63,2	3,1	4,4	3,7
2004*	77,3	58,5	67,9	74,1	53,7	63,8	4,1	8,2	5,8
2005*	79,0	59,3	69,1	76,4	55,3	65,8	3,3	6,7	4,7
2006*	78,4	59,3	68,9	76,1	55,7	65,9	2,9	6,0	4,2
2007*	76,3	61,8	69,0	73,4	58,4	65,9	3,7	5,4	4,5

Fonte: Istat, Forze Lavoro.

(Note:* I dati relativi agli anni 2004, 2005, 2006,2007 non sono confrontabili con quelli degli anni precedenti in quanto l'Istat ha cambiato il sistema di rilevazione).

Procedendo ad un'analisi storica degli indicatori del mercato del lavoro, è possibile registrare come il tasso di attività presenti nel tempo un andamento tendenzialmente crescente, con alcune lievi flessioni nel 1997, 1998, 2002 e 2006. Con riferimento alla variabile di genere, si riscontra un'accentuata differenza dei livelli di partecipazione al mercato del lavoro fra uomini e donne: i tassi di attività maschile e femminile presentano uno scarto di oltre 14 punti percentuali nel 2007, seppure molto attenuato rispetto al 1995, quando questo superava il 26%.

Allo stesso modo, il tasso di occupazione aumenta costantemente, con le sole eccezioni degli anni 1997 e 1998, grazie soprattutto alla più intensa partecipazione femminile al mercato del lavoro. Al contrario, il tasso di disoccupazione subisce una significativa contrazione rispetto al 1995, di quasi 4 punti percentuali, seppure il valore del 2007 risulti in lieve aumento rispetto al 2006, passando dal 4,2% al 4,5%. In particolare, è il tasso femminile di disoccupazione a mostrare nel tempo la flessione più consistente, scendendo dal 14,9% del 1995 al 5,4% del 2007.

L'analisi dei dati sino ad ora offerta non mostra differenze particolarmente significative fra la provincia di Rimini e la regione Emilia-Romagna, se non qualche leggera sofferenza rinvenibile nel mercato provinciale.

Passando alla trattazione dei settori economici si registra invece una forte specificità del tessuto economico/produttivo riminese: la distribuzione provinciale degli occupati per settore si scosta sostanzialmente rispetto a quella regionale, mostrando una più netta vocazione alle attività del terziario e, più precisamente, di quello turistico (aspetto su cui torneremo nei capitoli a seguire). Il turismo rappresenta un settore portante del sistema economico e produttivo riminese, accorpando accanto all'offerta balneare anche quella congressuale e fieristica. Il 2007 è stato un anno molto positivo per il turismo, sia in termini di arrivi che di presenze (rispettivamente con un +4% ed un +1,7% rispetto all'anno precedente).

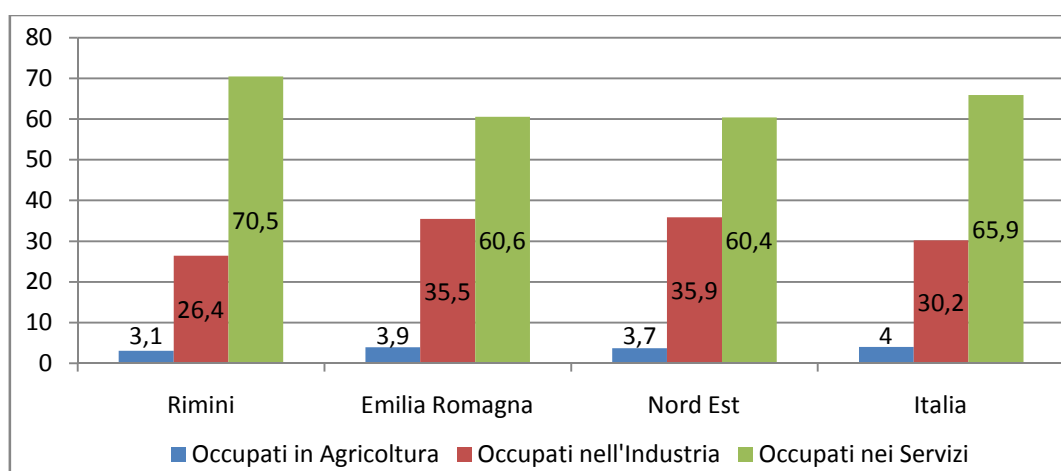


Figura 4 - OCCUPAZIONE PERCENTUALE PER SETTORE A RIMINI, EMILIA ROMAGNA, NORD EST E ITALIA AL 2007 Fonte: Unioncamere.

Nel dettaglio, nel 2007 il 70,5% degli occupati riminesi è impiegato nel settore terziario, a fronte del 60,6% della media regionale e del 65,9% registrato a livello nazionale. Nell'industria trovano occupazione invece solo il 26,4% dei lavoratori locali, contro le medie della regione e dell'intero paese, che raggiungono rispettivamente il 35,5% ed il 30,2%. In entrambi i casi, la provincia di Rimini assume valori più prossimi a quelli nazionali che a quelli emiliano-romagnoli. Infine, ad essere occupato in agricoltura è solo il 3,1% dei lavoratori provinciali, percentuale al di sotto dei valori degli aggregati territoriali più ampi, che si attestano attorno al 4% (il 3,9% nella regione Emilia-Romagna, il 3,7% nel Nord Est ed il 4% nell'intero paese).

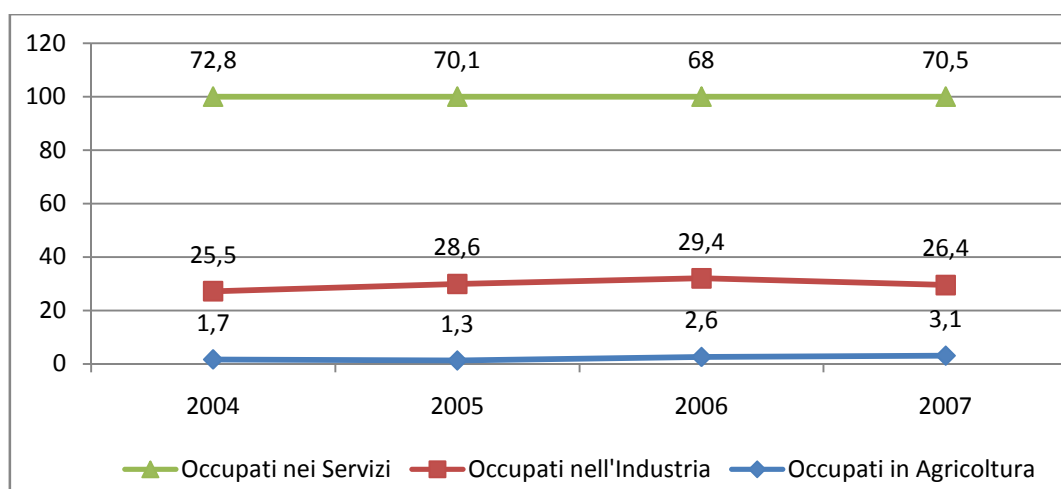


Figura 5 - OCCUPAZIONE PERCENTUALE PER SETTORE A RIMINI, ANNI 2004-2007 Fonte: Unioncamere.

Considerando le ultime 4 annualità (dal 2004 ad 2007) si rileva un andamento oscillatorio del peso degli occupati nei settori considerati: gli occupati nel terziario decrescono nel triennio 2004-2006, passando dal 72,8% al 68%, per poi subire un incremento nell'ultimo anno. All'opposto, i lavoratori impiegati nell'industria aumentano costantemente nello stesso triennio (dal 25,5% al 29,4%) e calano pesantemente nel 2007, quando raggiungono il 26,4%. Nel settore agricolo si registra invece una lieve battuta d'arresto in termini di occupati nel 2005 (dall'1,9% all'1,3%) ed una successiva crescita costante (nel 2006 con il 2,6% e nel 2007 con il 3,1%).

6. I processi migratori a Rimini: aspetti economici e sociali

6.1 I flussi migratori in Italia

I processi migratori in Italia, in questo primo decennio del 2000, hanno registrato un aumento contenuto ma costante, confermando le tendenze già registrate negli anni '90 ma evidenziando un saldo migratorio con l'estero sempre più alto.

Se dal 1955 al 1971 il saldo migratorio in Italia era costantemente negativo (con lievi eccezioni negli anni 1961-1965), dal 1990 il saldo è stato positivo ed è particolarmente cresciuto negli anni 2003-2005 per poi conoscere una lieve flessione e un nuovo innalzamento (Istat 2007). Questo aumento, contenuto ma costante, costituisce dunque un carattere ormai consolidato dei processi migratori in Italia, così come è consolidata la varietà dei paesi di provenienza degli immigrati, che costituisce una peculiarità dell'immigrazione nel nostro paese.

Da un punto di vista relazionale, però - se cioè si considerano le migrazioni come legami tra realtà di partenza e di destinazione e non solo come movimenti individuali - queste caratteristiche di incremento e di varietà delle provenienze risultano relative rispetto alla tendenza alla stabilizzazione di alcuni flussi soltanto. Al primo gennaio 2008, infatti, la metà circa degli stranieri residenti proveniva da soli 5 paesi, ovvero, nell'ordine, Romania, Albania, Marocco, Cina, Ucraina (Istat, 2007).

Questa geografia migratoria, per così dire, non è venuta ridisegnandosi solo o tanto per ragioni legate alle situazioni di partenza e alle motivazioni dei migranti, quanto piuttosto per gli effetti delle diverse misure di regolazione messe in atto.

L'immigrazione dal sud del mondo, che pure rappresentava la novità e la spinta propulsiva dei movimenti degli anni '80 e '90, è percentualmente ormai molto più contenuta rispetto alle migrazioni intra-europee e ad alcuni flussi in provenienza dai paesi dell'est - asiatico. Se dunque in termini assoluti si è passati da una popolazione straniera residente di 1.549.373 unità al 1° gennaio 2003, pari al 2,7% della popolazione residente, a 3.462.000 unità al 1° gennaio 2008, pari al 5,8% della popolazione residente, questo non vuol dire che gli arrivi e le presenze dalle diverse aree del mondo si siano consolidati tutti allo stesso modo. L'immigrazione in Italia si presenta dunque stratificata per tempi di arrivo e zone di provenienza.

Al 1° gennaio 2007 il 47,4% degli immigrati in Italia erano di provenienza europea (il 26,4% in provenienza dall'Europa centro-orientale); il 9,5% proveniva dalle Americhe, con un totale di 58,9% di europei ed americani. Un ulteriore 25,5% proveniva dall'Africa (17,8% dall'Africa settentrionale); e 17,4% dall'Asia (4,9% dalla Cina soltanto) (Istat, 2007). Al 1° gennaio 2008 risultano residenti in Italia 3.432.651 cittadini stranieri.

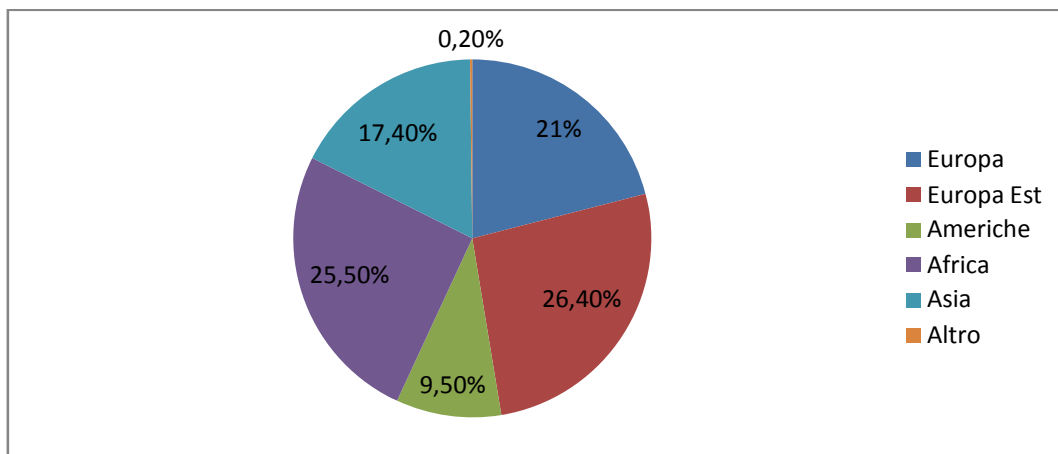


Figura 6 – PROVENIENZA DEGLI IMMIGRATI IN ITALIA AL GENNAIO 2007 (DATI ISTAT)

E' stato stimato che possano esserci altri 350.000/500.000 stranieri irregolarmente presenti sul territorio: complessivamente si arriverebbe a 3.900.000/4.000.000. Conteggio nel quale sono compresi i cittadini comunitari regolarmente residenti (934.435). Quindi i cittadini non comunitari regolari sono circa 2.500.000. Tutti insieme gli immigrati rappresentano il 5,8% della popolazione italiana, mentre sono il 10,2% in Spagna, il 9,9% in Austria, l'8,8% in Germania, il 5,7% in Francia. I bambini figli di stranieri nel 2007 hanno rappresentato però l'11,4% del totale dei nati in Italia (Comunità di S.Egidio, 2009).

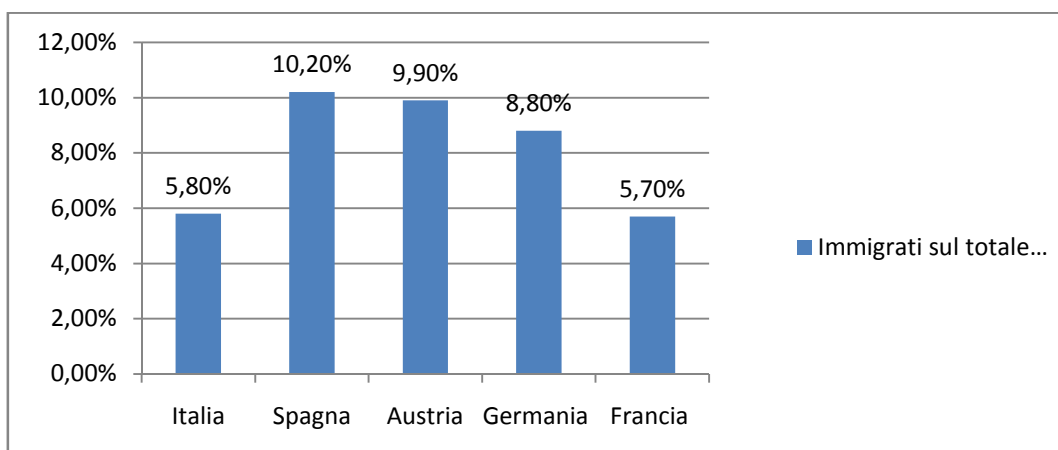


Figura 7 – PERCENTUALE DEI CITTADINI IMMIGRATI SUL TOTALE DELLA POPOLAZIONE IN ALCUNI PAESI EUROPEI

Sono dunque aumentati considerevolmente alcuni flussi, come quelli dall'Europa dell'est (i cui residenti in Italia sono passati da 378.335 nel 2003 a 775.809 nel 2007), e a questi si sono affiancati nuovi arrivi come quelli dai paesi asiatici, mentre sono relativamente rallentati flussi quali quelli dal Marocco

(215.430 residenti nel 2003 e 343.228 nel 2007) o dal Senegal (37.204 nel 2003, 59.857 nel 2007). In termini percentuali questo significa che mentre nel caso del Marocco e del Senegal la percentuale di residenti al 2003 sul totale dei residenti al 2007 era di poco superiore al 62%, nel caso dei provenienti dall'Europa centro-orientale tale percentuale scendeva al 48,7%. Si tratta di una misura di stabilizzazione puramente indicativa, perché chiaramente non è possibile sapere quanti siano effettivamente rimasti lungo tutto l'arco del periodo e quante siano stati invece le cancellazioni e le nuove iscrizioni. Ma si tratta in ogni caso di un dato abbastanza eloquente, che riassume in se stesso sia alcune tendenze migratorie mondiali, sia gli effetti delle politiche di regolazione italiane ed europee.

Permangono e si consolidano alcune caratteristiche sociali comunque significative di questa popolazione immigrata: gli stranieri residenti in Italia ad esempio, al 2007, hanno una età media di 30,9 anni, molto più giovane di quella dei soli residenti di cittadinanza italiana, che sale a 43,5 anni (Istat, 2007). Uno straniero su 5 è minorenni e solo il 2,1% supera i 64 anni.

Quanto alla distribuzione sul territorio, l'Istat sottolinea come permanga alta la concentrazione nelle regioni del nord e del centro del paese, dove risiede l'88,4% del totale degli immigrati residenti e si conferma pure la maggiore incidenza percentuale di residenti in alcune regioni quali la Lombardia (7,6% del totale dei residenti), l'Emilia Romagna (7,5%), il Veneto (7,3%).

Il Rapporto Caritas 2008 fa però notare come l'aumento di popolazione straniera sia stato relativamente superiore laddove era tradizionalmente minore il numero di stranieri residenti, in particolare nel sud e nelle isole, dove l'incremento è stato rispettivamente del 26,2% e del 25% (con il 44,5 % di incremento in Calabria e 42,7% in Basilicata), mentre in Lombardia o in Emilia Romagna l'incremento relativo è stato appena dell'11,9% e del 15% (Caritas 2008). In Emilia Romagna, dove i residenti stranieri erano 70.568 al 1997 e 163.838 al 2003, diventano 318.076 al 2007. La variazione percentuale rispetto all'anno precedente della popolazione straniera residente in Emilia Romagna è stata del 15,16% tra il 1997 e il 1998, del 28,42% fra il 2003 e il 2004, ma solo del 10,06% tra il 2006 e il 2007 (Osservatorio Regione Emilia Romagna, 2008).

Dal punto di vista del lavoro, Caritas e Unioncamere hanno messo in luce come il "Pil degli stranieri" rappresenti l'8,8% del valore aggiunto italiano, con un aumento del 6,1% rispetto all'anno precedente. Altri hanno stimato che nel 2007 il contributo dato al Pil sia stato pari al 9,1% del totale e che senza l'apporto del lavoro degli immigrati il reddito prodotto in Italia sarebbe addirittura sceso (di quasi un punto percentuale nel 2005) (Comunità di S.Egidio 2009). Gli immigrati hanno inoltre complessivamente pagato circa 1,9 miliardi di euro di imposte nel 2007. Infatti, alla fine dell'anno, l'Inps dichiarava che i lavoratori stranieri assicurati erano 2.173.545, pari al 92% di tutta la popolazione straniera censita dall'Istat (e in particolare: 1.788.000 lavoratori dipendenti, 27.964 lavoratori autonomi, 114.020 lavoratori parasubordinati).

Sono inoltre 1.400.000 gli stranieri che hanno un conto in una banca italiana: nel 2007 il 67% degli stranieri censiti in Italia era cliente di un istituto di credito.

Bastano questi pochi dati a mettere in luce come complessivamente l'immigrazione contribuisca al mutamento della società italiana, sia nei termini di un generale ringiovanimento della popolazione, sia nei termini del suo apporto economico complessivo e di quello fiscale in particolare. Certo si tratta anche in questo caso di caratteristiche che variano al variare dei processi migratori, dei tempi di arrivo e dei luoghi di insediamento, delle situazioni contingenti.

6.2 I flussi migratori in Emilia Romagna

L'Emilia Romagna in questo panorama si caratterizza come regione attrattiva sia dal punto di vista dell'inserimento lavorativo che dal punto di vista della stabilizzazione personale e familiare. Su un totale di 1.544.575 lavoratori in regione al 2007 quelli provenienti dall'estero risultano essere 274.381. Non solo risultano aumentati del 23% rispetto all'anno precedente, ma complessivamente rappresentano il 17,76 % del totale dei lavoratori.

La distribuzione dei lavoratori stranieri occupati in regione è però alquanto diseguale, con il 21% a Bologna, il 17% a Modena, il 12% a Reggio Emilia, ma solo il 10,5% a Forlì-Cesena, il 10% a Ravenna, il 9% a Rimini. Da questo punto di vista si conferma nel tempo la capacità attrattiva di province come Bologna, Modena e Reggio Emilia rispetto a quelle della fascia costiera romagnola.

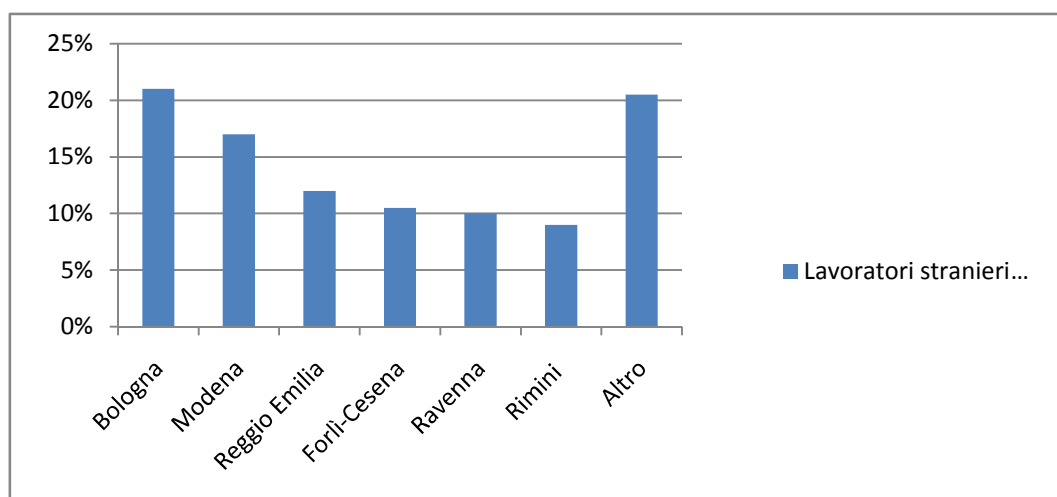


Figura 8 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE PER ALCUNE PROVINCE DEI LAVORATORI STRANIERI OCCUPATI NELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AL 2007

Questo dato viene confermato anche quando si considera il settore del lavoro autonomo, aumentato del 76,3% dal 2004 al 2007, con il maggior numero di imprese con titolari stranieri concentrate a Reggio Emilia (20% del totale

regionale), Bologna (19%), Modena (16%), Parma (12%) e Ravenna (11%) (Caritas, 2008).

La attrattività delle singole regioni e province italiane rispetto al lavoro e alla presenza immigrata è uno dei fattori che concorrono a spiegare l'alta mobilità di tale popolazione nostro il nostro paese: rispetto alla popolazione immigrata residente al 2004, oltre il 60% dei regolarizzati, che erano ancora in Italia al 1° gennaio 2007, si è spostato in un'altra provincia (Istat, 2007).

Questi spostamenti sono però anche motivati dalle propensioni e dalle vicende dei diversi gruppi nazionali per cui nel caso di filippini, peruviani, serbi, bulgari, russi, cingalesi e polacchi si ha una percentuale superiore al 60% di persone che permangono nella provincia di soggiorno iniziale, mentre per albanesi, rumeni, ucraini, marocchini, cinesi, indiani e cittadini del Bangladesh si è avuto oltre il 70% dei trasferimenti in una diversa provincia. In particolare se si considera l'indice di mobilità elaborato dall'Istat (cioè il rapporto tra coloro che al 1° gennaio 2007 soggiornano in una provincia diversa da quella in cui si trovavano all'inizio del 2004 rispetto a 100 stranieri ancora nella stessa provincia) tale indice risulta 30,7 per i filippini, 63,3 per i cingalesi, 66,6 per i polacchi, 151,2 per i senegalesi, 191,2 per i pakistani, 255,0 per i bengalesi, 337,9 per i marocchini e 338,5 per i cinesi.

Questa mobilità interna al nostro paese di immigrazione ci dà indicazioni su alcune nostre caratteristiche e su alcune caratteristiche dei processi migratori in arrivo: sarebbe però errato assumere queste misure come indicatori di presenze stagionali o temporanee o fenomeni simili. In realtà non disponiamo di dati declinabili alle diverse scale locali relativi alla stagionalità o temporaneità dei fenomeni migratori, se non eventualmente per quei casi per i quali siano stati effettuati degli studi *ad hoc* (Città Sicure, 1997).

Eppure questi fenomeni devono avere una loro rilevanza se è vero ad esempio che allorché si studia l'inserimento degli immigrati nel mercato del lavoro nel nostro paese (e in quelli dell'Europa meridionale) emerge che c'è competizione tra lavoro autoctono e lavoro immigrato più che altro nelle sezioni marginali della forza lavoro (Reyneri, 2001). Generalmente la distribuzione occupazionale degli immigrati è differente da quella dei locali, di modo che gli immigrati stessi tendono ad essere complementari piuttosto che sostitutivi degli autoctoni, ricoprendo tutti i posti che ricadono nella categoria dei "3D jobs" (*dirty, dangerous and degrading*; cioè: sporchi, pericolosi e degradanti). Perlopiù come evidenzia una recente indagine sugli immigrati nel mercato del lavoro italiano (CNEL, 2008) gli immigrati, a tutti i livelli, vanno a ricoprire posti secondo le esigenze del mercato del lavoro italiano. Solo in piccola parte – e rientrano fra questi probabilmente i lavori stagionali e segnatamente l'ambulante – si tratta di lavori che seguono primariamente le esigenze o l'iniziativa delle persone immigrate.

Resta comunque da considerare il fatto che il tasso di occupazione complessivo della popolazione straniera è significativamente maggiore di quello

della popolazione italiana: si tratta infatti del 67,1% rispetto al 58,1%. E sono gli uomini immigrati a superare il dato medio di ben 13 punti percentuali, evidenziando quanto sia elevata la occupabilità dei lavoratori stranieri e al tempo stesso la loro disponibilità ad accettare – o intraprendere – qualsiasi tipo di lavoro.

6.3 I flussi migratori a Rimini

Le molteplici tendenze demografiche, sociali ed economiche (almeno al livello di presenze nel mercato del lavoro) dell'immigrazione in Italia e in Emilia Romagna sin qui delineate, sono tutte riscontrabili nella realtà riminese che pure, come si è visto, non è tra le più significative della regione quanto a capacità di attrarre l'immigrazione in generale ed i lavoratori immigrati in particolare. Al 1° gennaio 2008 i cittadini residenti in provincia di Rimini erano 22.545, pari al 7,6% della popolazione residente con un aumento del 14% rispetto all'anno precedente (quando 19.779 immigrati residenti rappresentavano il 6,7% della popolazione).

Si tratta di cifre significative se le si considera rispetto alla realtà della provincia, dove nel 1997 si contavano 4.569 immigrati, pari all'1,7%; e nel 2003 10.613, pari al 3,8%. Ma se si confronta l'incidenza percentuale della popolazione immigrata residente sul totale dei residenti Rimini risulta la penultima provincia della regione: a Reggio Emilia, infatti, l'incidenza è del 10,3%, a Piacenza del 10,1%, a Modena del 9,9%, a Parma del 9,2%, a Ravenna dell'8,2%, a Forlì dell'8%, a Bologna del 7,8%; e poi dopo Rimini (7,6%) c'è solo Ferrara (5,3%). Rimini è anche al di sotto dell'incidenza media regionale dell'8,6%.

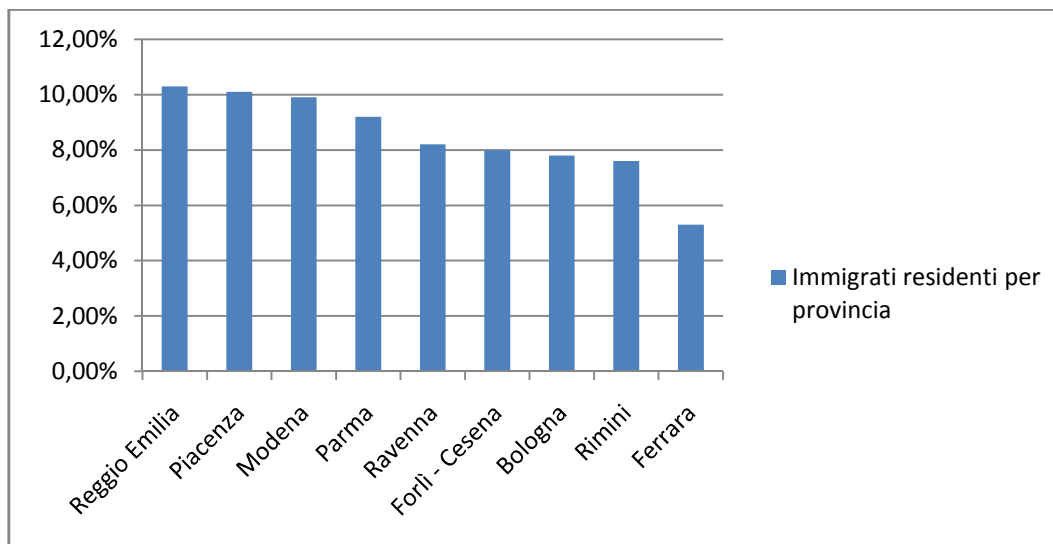


Figura 9 - INCIDENZA PERCENTUALE DELLA POPOLAZIONE IMMIGRATA RESIDENTE SUL TOTALE DEI RESIDENTI NELLE PROVINCE DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AL 2007

Per metà gli immigrati risiedono nel comune capoluogo (11.275 persone, pari all'8% della popolazione residente complessiva); mentre per la rimanente metà vivono nei comuni della provincia a partire da Riccione (10,7%) Bellaria e Igea Marina (8,2%), Cattolica (5,1%) e poi, in misure tutte inferiori al 5%, Santarcangelo di Romagna, Misano Adriatico, Verucchio, Coriano, Morciano di Romagna, San Giovanni in Marignano ed altri.

Al 2005 risultava che il 64,7% dei permessi di soggiorno rilasciati a stranieri presenti - residenti e soggiornanti - nella provincia di Rimini era per motivi di lavoro autonomo o subordinato (Osservatorio sui Fenomeni Migratori, Provincia di Rimini, 2005). Rispettivamente 5,1% per lavoro autonomo e 59,6% per lavoro subordinato. Al 2007 i permessi di soggiorno per lavoro, complessivamente, risultavano 11.699 a Rimini e 168.362 in regione con una incidenza percentuale rispettiva del 61% e del 63% (Istat, 2007). Ci sarebbe dunque una lieve flessione delle preferenze per il lavoro nei motivi del soggiorno, almeno per come dichiarati ai fini dell'ottenimento del permesso.

Occorre però tenere presente che è significativamente aumentata, nel periodo 2005-2007, l'incidenza percentuale di cittadini stranieri sul totale degli avviati al lavoro, salita dal 19,6% al 27,7%, aumentando percentualmente del 19% in 8 anni, di modo che attualmente quasi un avviato su tre è stranieri (provincia Rimini 2008). La realtà provinciale si presenta dunque come composita, accogliendo un'immigrazione sempre più sedentarizzata, comprensiva di ricongiungimenti familiari e nascita e crescita di seconde generazioni, accanto a forme più o meno tradizionali di immigrazione per lavoro.

È stato calcolato, al 2005, che il 31,3% degli stranieri regolarmente presenti nella provincia di Rimini risiedesse in essa da almeno 5 anni.

Complessivamente sono il 67,8% degli stranieri regolarmente presenti ad avere la residenza riminese, mentre il restante 32,2% è costituito da persone domiciliate sul territorio provinciale ma sprovviste della residenza (con il solo permesso di soggiorno) (Provincia Rimini, 2005) Si tratta per lo più di donne (53% al 2005 rispetto al 47% degli uomini) e si tratta ancora di una popolazione giovane la cui età media va da 32,2 anni per gli stranieri residenti a 33,4 anni per gli stranieri presenti, rispetto a 42,8 anni del totale della popolazione residente. L'85% è costituito da persone immigrate in età lavorativa, cioè tra i 15 e i 64 anni di età.

Solo il 3,3% degli stranieri presenti ha 65 anni e più (con un'incidenza sulla popolazione residente dell'1,3%, mentre quella della fascia 18-64 anni è del 10,3%).

I residenti e i soggiornanti a Rimini provengono da una molteplicità di paesi (solo tra gli studenti iscritti nelle scuole si registrano 73 diverse cittadinanze) ma quando si passa a considerare l'ottenimento della cittadinanza italiana la varietà delle provenienze si attenua considerevolmente poiché il 67% dei nuovi cittadini proviene da nove paesi soltanto (Argentina, Albania, Russia, Cuba, Marocco, Bulgaria, Romania, Ucraina, Brasile).

Per oltre la metà (54,6%) gli immigrati a Rimini sono persone celibi o nubili. I coniugati sono il 41% e sono in prevalenza donne (23,2% rispetto al 28% degli uomini). Si registra un aumento costante delle nascite di bambini stranieri (aumento che è stato di 2,5 punti percentuali tra il 2002 e il 2004).

Il livello di istruzione degli stranieri presenti nel territorio provinciale registra 4,3% con laurea o diploma universitario, 21,1% con diploma di scuola media superiore, 30% con diploma di scuola media inferiore, 7% di scuola elementare e un ulteriore 10,6% di persone altrimenti alfabetizzate, e un residuo 27% di analfabeti.

Quanto alla collocazione lavorativa dichiarata, al 2005 risultava una ampia percentuale degli immigrati lavoratori collocati come operai generici (48%); come collaboratori o collaboratrici familiari e badanti (13,8%, rispettivamente 9,2% e 4,6%); come imprenditori nel settore del commercio e dei pubblici esercizi (2,8%).

Gli operai generici sono prevalentemente maschi (69%), di nazionalità albanese (23,4%), rumena (4,6%), senegalese (12,2%).

Tra collaboratrici domestiche e assistenti familiari o badanti prevalgono invece per oltre il 90% le donne dei paesi dell'est Europa.

Tra gli imprenditori prevale l'orientamento alle attività del commercio e dei pubblici esercizi e si tratta per lo più di maschi (68%), in larga parte cinesi (24%), senegalesi (20,4%), marocchini (5,8%) e sammarinesi (4,7%) (Provincia Rimini, 2005).

La crescita di imprenditori stranieri titolari di imprese individuali è un fenomeno nuovo degli anni 2000 ed appare particolarmente significativo se si considera che in 5 anni, fino al 2005, sono arrivati ad essere il 5% degli imprenditori individuali totali. Si tratta nella grande maggioranza (93%) di immigrati residenti di età compresa tra i 26 e i 65 anni, per l'87% maschi. I settori di attività economica sono: costruzioni al 42,8%; commercio al 37,2% (di cui commercio all'ingrosso 6% e commercio al dettaglio 31,2%); agricoltura al 2,9%; alberghi e ristoranti all'1,8%; altri settori 15,3%.

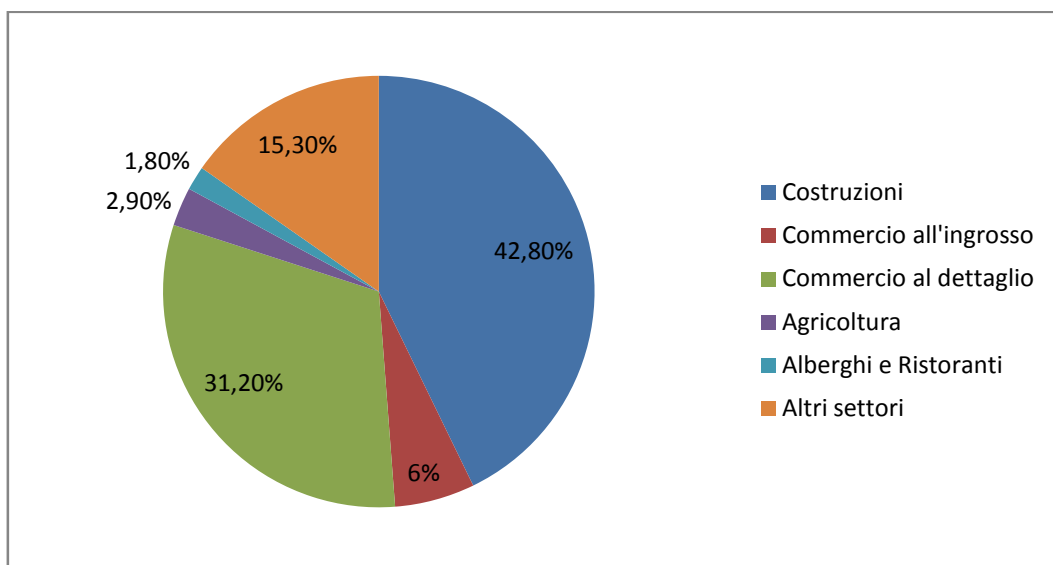


Figura 10 - RIPARTIZIONE PERCENTUALE DEI SETTORI DI ATTIVITA' ECONOMICA DEGLI IMPRENDITORI STRANIERI IN PROVINCIA DI RIMINI AL 2007

Secondo dati del 2007, probabilmente estrapolati con altri criteri, gli stranieri residenti titolari di ditte individuali sarebbero arrivati a quasi 2500, pari al 13% delle 19.000 imprese individuali iscritte alla locale CCIAA. Secondo quest'ultima rilevazione aumenterebbe il settore delle costruzioni mentre si darebbe una lieve flessione in quello del commercio all'ingrosso e al dettaglio (Provincia Rimini, 2007). Ciò che resta costante, comunque, è l'alta prevalenza di alcune nazionalità tra i commercianti al dettaglio, ed in particolare la presenza di senegalesi (53,6%), cinesi (13,6%), marocchini (6,8%), bengalesi (4,6%). Come resta costante il fatto che per il 75% queste attività commerciali al dettaglio coincidono con l'ambulante (Provincia Rimini, 2005).

Risulta molto bassa la percentuale dei commercianti di questo tipo in prodotti alimentari (4,3%), mentre prevalgono le vendite di articoli tessili, di abbigliamento, di chincaglieria, di altri prodotti non alimentari e ultimamente anche di prodotti legato alla telefonia e alla musica, differenziati anche a seconda della cittadinanza degli esercenti.

I senegalesi per esempio vendono soprattutto, in forma ambulante, altri prodotti non alimentari (61,3%) e tessuti, articoli tessili per la casa, articoli di abbigliamento (31,2%) mentre tra i venditori cinesi prevalgono gli articoli di abbigliamento (38,6%) e il commercio al dettaglio ambulante e fisso di tessuti e articoli tessili per la casa (29,5%).

Se tra i senegalesi prevalgono in maniera assoluta i venditori uomini (98,8%), tra i cinesi si registra una significativa percentuale di donne (34,1%). Gli imprenditori del Marocco e del Bangladesh, anche essi prevalentemente uomini, vendono per lo più prodotti non alimentari e tessuti, articoli tessili per la casa, articoli di abbigliamento.

È stato rilevato che al momento di fare ingresso nel nostro paese questi imprenditori si orientavano al 45,2% verso un lavoro autonomo e al 32,9% verso un lavoro subordinato, mentre gran parte dei rimanenti è giunta per ricongiungersi ai propri familiari (Provincia Rimini, 2005). Se dunque era alta già in partenza la propensione ad un lavoro di tipo autonomo e commerciale, non mancano casi nei quali si è passati ad esso da un lavoro subordinato oppure casi in cui è stato il ricongiungimento familiare a rendere possibile il fatto di avviare una impresa.

L'integrazione degli immigrati, e particolarmente dei lavoratori immigrati, nella realtà riminese risulta, da questa sommaria descrizione statistica, forse meno precaria di quanto apparisse all'inizio degli anni 2000 (Boccagni&Ambrosini, 2000). In una bella indagine di quegli anni sui processi di inserimento degli immigrati nell'economia e nella società riminese Ambrosini notava come si potessero già individuare, nella storia migratoria di Rimini, almeno quattro fasi distinte (Boccagni&Ambrosini, 2000, p. 103 ss).

Una prima fase, collocabile fra il 1975 e il 1985, segnata dalle "presenze invisibili" dei pescatori tunisini e dei primi venditori ambulanti del Marocco, presenze poco numerose e legate soprattutto alle iniziative dei migranti stessi:

Una seconda fase, nella seconda metà degli anni '80, contrassegnata da arrivi consistenti, soprattutto dall'Africa – senegalesi e magrebini – in parte rispondenti alle esigenze del mercato del lavoro, in ampia parte comunque venutisi a trovare in condizioni di grande marginalità e visibilità, anche per la fatica istituzionale ad affrontare il fenomeno (eccezion fatta per il volontariato) di modo che è in questa fase che è cresciuta la percezione di una "emergenza immigrazione".

Una terza fase, con gli anni '90, all'indomani della legge Martelli in cui si sono moltiplicate sia le nazionalità di provenienza – con l'arrivo dei primi flussi dall'Asia oltre che dall'est Europa – sia le risposte o le mancate risposte da parte della società ricevente, dove la crescita di preoccupazione per l'"emergenza" e di preoccupazione per la vera o presunta crescita della "clandestinità" ha coesistito con la realtà delle regolarizzazioni successive o degli sforzi fatti per accogliere quanti provenivano da situazioni manifestamente difficili (gli albanesi, e soprattutto i minori albanesi, arrivati nel 1991 e nel 1997; i profughi e gli sfollati dell'ex Jugoslavia, ecc.).

Una quarta fase, tra gli anni '90 e gli anni 2000, nella quale ci si è resi conto di come l'immigrazione nel riminese fosse venuta aumentando costantemente di anno in anno, e nella quale sono emersi fenomeni concomitanti in maniera apparentemente paradossale, come da un lato la più incisiva presenza sul mercato del lavoro, e dall'altro il persistere di una sostanziale marginalità sociale.

Si può ipotizzare, a questo punto, che in questi ultimi anni del primo decennio del 2000, ci stiamo venendo a trovare in una quinta fase, di consistente diversificazione interna sia dei processi e percorsi migratori, sia delle risposte e reazioni ad essi da parte delle istituzioni, dell'opinione pubblica, della società civile.

Tale diversificazione viene facilmente nascosta dalla tendenza omologante ad esprimere preoccupazione, se non ostilità, nei confronti dell'immigrazione in generale e particolarmente di alcune sue componenti, individuate ora per la provenienza nazionale, etnica, religiosa, ora invece per i settori di attività svolta o per la loro inattività.

Se però si guarda al di là di questa tendenza omologante è facile riscontrare come, insieme a indubbi problemi, l'immigrazione abbia apportato, e stia apportando, a Rimini molteplici benefici in senso demografico, economico e non solo. Occorrerebbe dunque leggere in maniera adeguata anche la varietà dei problemi ma pure dei benefici ad essa connessi.

Non è questa la sede in cui potersi addentrare in una tale lettura, ma qui si può almeno affrontare uno degli aspetti di questa più complessa e variegata realtà: il rapporto fra l'ambulantato, incluso l'abusivismo commerciale, e i più ampi fenomeni turistici che da sempre caratterizzano la realtà riminese e la costiera romagnola nel suo complesso.

7. Imprenditoria straniera e abusivismo commerciale degli immigrati a Rimini

Nella provincia di Rimini si registra una presenza significativa di stranieri non solo nelle stagioni e per ragioni turistiche ma anche per quanto riguarda le attività imprenditoriali lungo tutto il corso dell'anno. Se nel 2002 c'erano in tutto 53.151 imprese attive, con 2.421 imprese straniere, pari al 4,6%, nel 2007 le imprese totali attive erano salite a 56.137, con 4.142 imprese straniere, pari al 7,4% del totale. Di queste 668 imprese nel 2002, pari al 1,26% del totale, e 1.227 imprese nel 2007, pari al 2,18% del totale, ricadevano tra quelle di commercio all'ingrosso e al dettaglio di beni personali e per la casa, cioè tra le imprese di servizi alle quali più "assomigliano" le attività di vendita in spiaggia.

Ci è parso rilevante approfondire l'andamento dell'imprenditoria straniera in generale, e in particolare in questi settori merceologici, per meglio contestualizzare l'andamento della vendita in spiaggia.

Oltre che per una tale contestualizzazione, la considerazione dell'imprenditoria straniera nel riminese appare rilevante in se stessa se è vero che nel 2007 l'imprenditoria straniera incideva per il 5,8% sul totale dell'imprenditoria attiva in Italia, per il 6,2% sul totale dell'imprenditoria nel Nord-Est, ancora per il 6,2% sul totale dell'imprenditoria in Emilia Romagna, ma ben per il 7,4% sul totale dell'imprenditoria a Rimini.

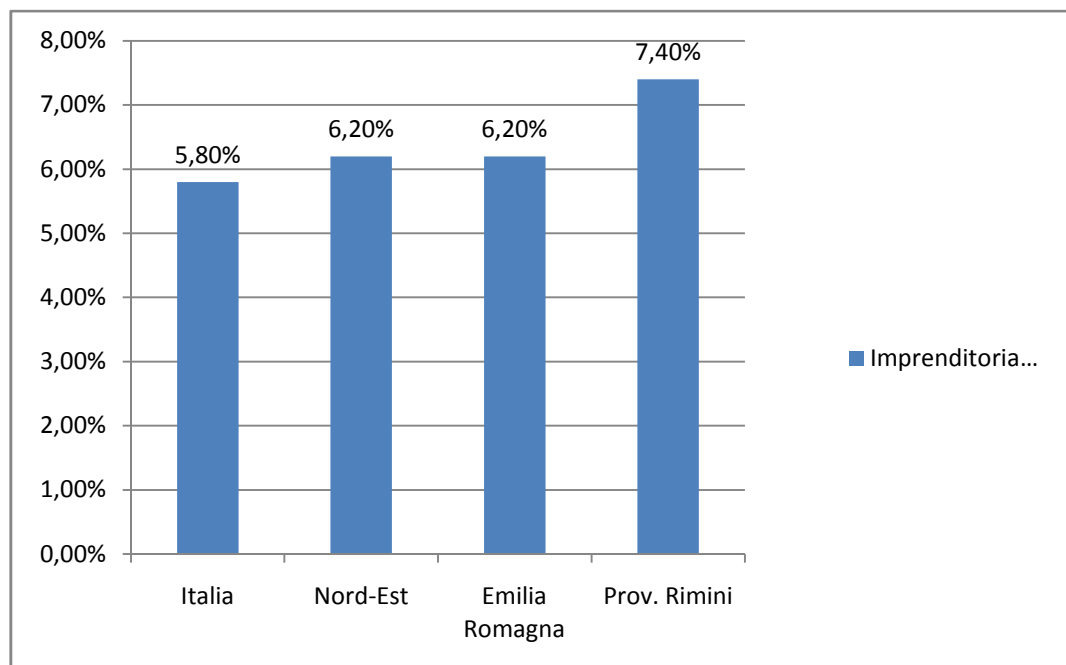


Figura 11 - INCIDENZA PERCENTUALE IMPRENDITORIA STRANIERA SUL TOTALE DELL'IMPRENDITORIA ATTIVA AL 2007

Appare altresì rilevante il fatto che il 77,23% degli imprenditori stranieri vengono da paesi non comunitari, per circa la metà da altri paesi europei (Albania e Macedonia, ma anche Repubblica di San Marino e Svizzera) ma in maniera consistente anche dalla Russia e dai paesi CSI, dall'Asia e dall'Africa oltre ad 1/10 circa che viene dalle Americhe del Nord e del Sud e dall'Oceania.

Complessivamente l'imprenditoria straniera è femminile in circa un caso su quattro: quella non comunitaria è fatta nel 76,52% dei casi da uomini e nel 23,48% da donne. Ma, nel caso di alcune specifiche nazionalità, quest'ultima percentuale cresce significativamente: così ad esempio nel caso dell'imprenditoria cinese, nel quale gli uomini si attestano sul 65,45% ma si registra ben il 34,55% di donne.

Tra gli imprenditori stranieri sale considerevolmente la percentuale di quanti vendono all'ingrosso e al dettaglio beni personali e per la casa: essi sono infatti il 29,62% del totale.

E tra i grossisti e i dettaglianti stranieri gli uomini sono il 70,17%, le donne il 29,83%.

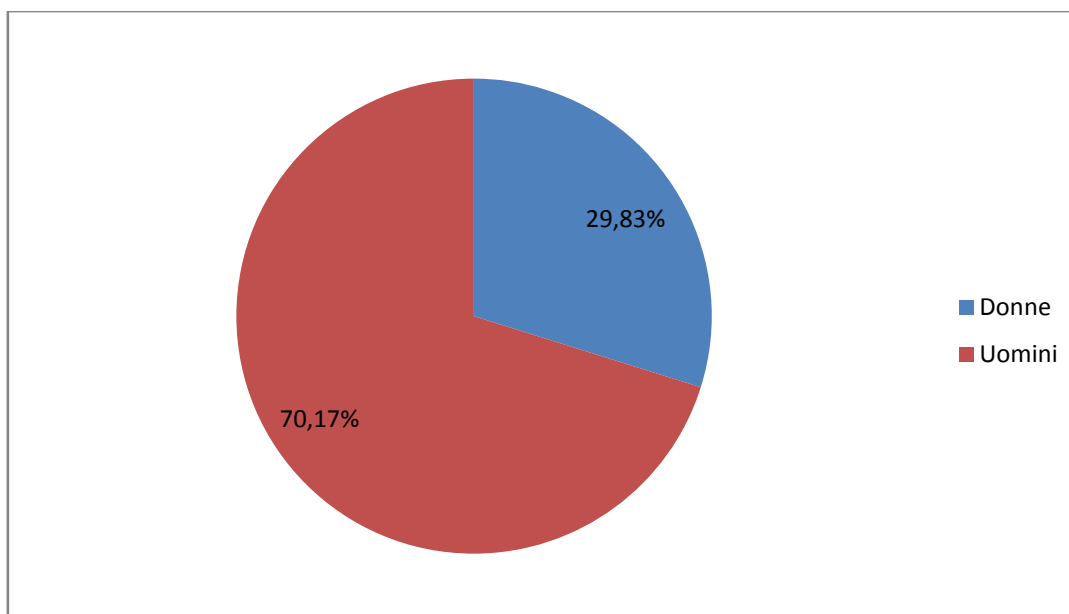


Figura 12 - IMPRENDITORI STRANIERI DI COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO A RIMINI 2007 PER SESSO

Nel complesso appare significativo il fatto che il 67,33% degli imprenditori stranieri si concentra nella classe di età tra i 30 e i 49 anni, e che non risulta esservene alcuno al di sotto dei 18 anni. Anche tra coloro che si dedicano al commercio all'ingrosso e al dettaglio di beni personali e per la casa è alta la percentuale dei 30-49enni, che si attesta sul 65,36%.

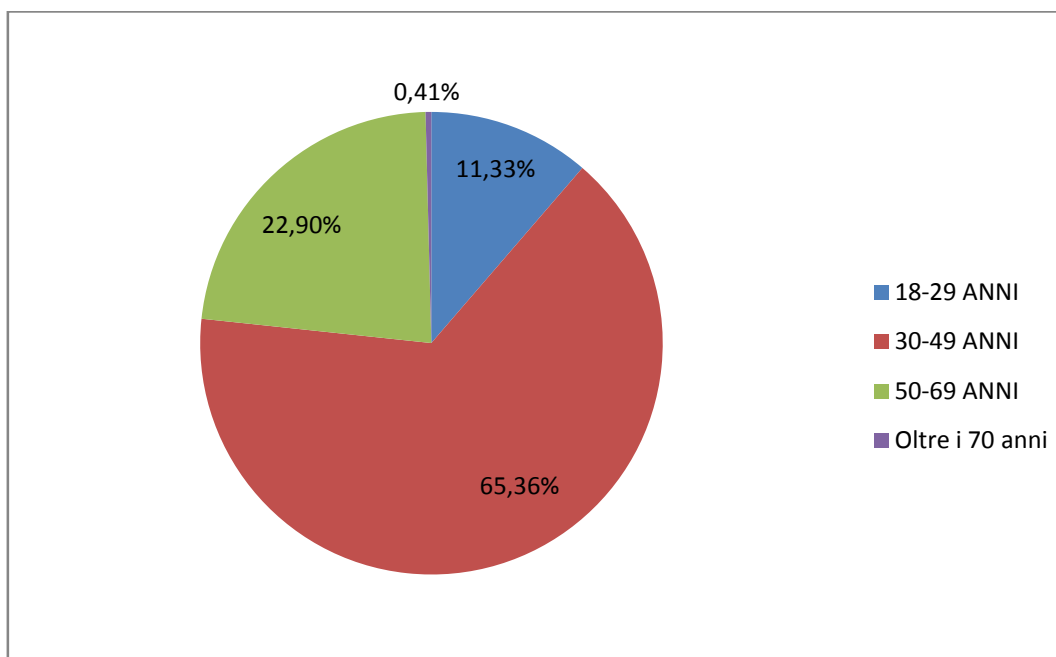


Figura 13 - IMPRENDITORI STRANIERI DI COMMERCIO ALL'INGROSSO E AL DETTAGLIO A RIMINI 2007 PER ETA'

Sul complesso dell'imprenditoria straniera non comunitaria, c'è stato un significativo incremento delle imprese attive regolari i cui titolari provengono dalle stesse nazioni da cui provengono la maggior parte dei venditori in spiaggia. Si può rilevare ad esempio come le imprese con titolare francese siano passate da 180 nel 2002 a 181 nel 2007; quelle con titolare tedesco da 142 nel 2002 a 179 nel 2007; quelle con titolare svizzero da 328 nel 2002 a 358 nel 2007; e quelle con titolare della Repubblica di San Marino da 340 nel 2002 a 369 nel 2007. Per quanto riguarda invece il Bangladesh, nazionalità per la quale non si hanno dati al 2002 e 2003, c'erano 48 imprese attive al 2004 e ben 145 al 2007. Nel caso della Cina si è passati da 138 imprese attive nel 2002 a 275 nel 2007. Nel caso del Marocco si è passati da 54 imprese attive nel 2002 a 118 nel 2007. E nel caso del Senegal da 111 imprese attive al 2002 a 235 al 2007.

Solo l'Albania e la Romania hanno conosciuto aumenti simili, la prima passando da 120 imprese attive nel 2002 a 559 nel 2007, la seconda da 40 nel 2002 a 207 nel 2007.

L'incidenza dell'imprenditoria straniera non comunitaria sul totale dell'imprenditoria straniera alle diverse scale geografiche è anche rilevante. Se infatti gli imprenditori non comunitari incidono sul totale degli imprenditori stranieri in Italia per il 72,58%, e nel nord-est per il 73,74%, questa percentuale sale al 77,41% in Emilia Romagna e al 77,23% a Rimini.

Sul complesso dell'imprenditoria straniera nella provincia di Rimini al 2007 si può rilevare l'incidenza percentuale variamente significativa di alcune nazionalità in particolare. Spicca l'Albania, che da sola arriva a rappresentare il 13,5% del totale dell'imprenditoria straniera. Ma Cina e Bangladesh complessivamente incidono per il 10,1% (6,6% la Cina, 3,5% il Bangladesh). E Marocco e Senegal incidono complessivamente per un ulteriore 8,5% (2,8% il Marocco e 5,7% in Senegal).

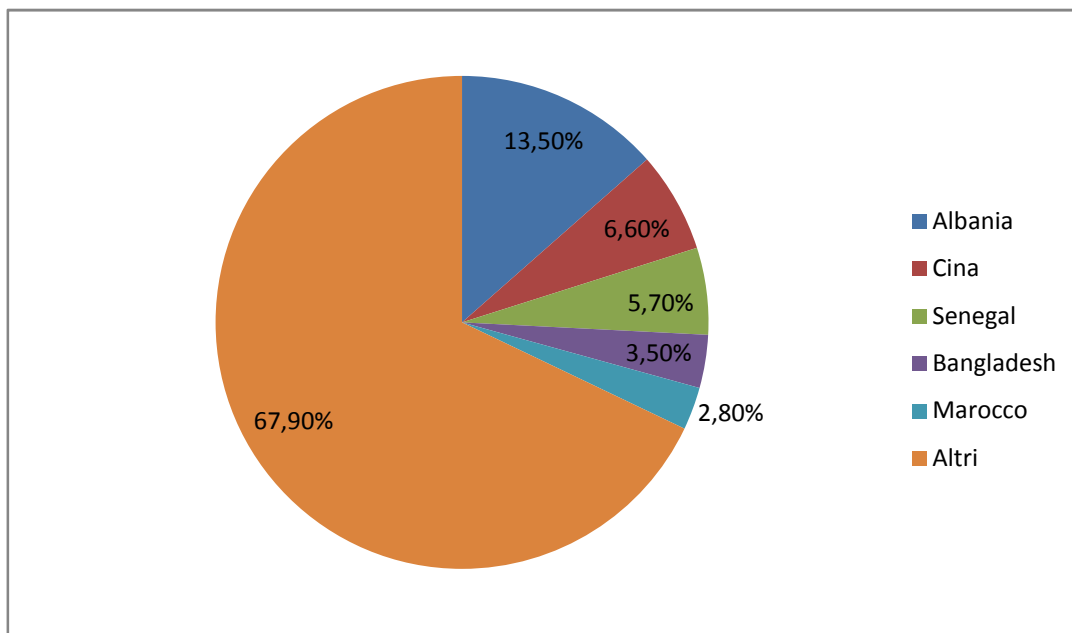


Figura 14 - INCIDENZA PERCENTUALE SINGOLE NAZIONALITA' SUL TOTALE DEGLI IMPRENDITORI STRANIERI A RIMINI 2007

Questi pochi dati, tutti ricavati dalle indagini annuali sull'imprenditoria straniera in provincia di Rimini della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Rimini - che ringraziamo per averceli resi disponibili - già mostrano una notevole dinamicità dell'imprenditoria straniera, in generale e particolarmente per quanto riguarda il commercio all'ingrosso e al dettaglio di beni per la persona e per la casa. Tra i paesi più dinamici ci sono, come si è appena visto, proprio gli stessi paesi dai quali proviene la gran parte dei venditori in spiaggia.

Abbiamo cercato di approfondire ulteriormente, e in maggior dettaglio l'andamento dell'imprenditoria straniera per quanto riguarda il complesso delle imprese attive regolari che agiscono negli ambiti di attività e merceologici nei quali agiscono pure i venditori di spiaggia.

A partire da un'indagine abbastanza pionieristica sul "commercio etnico" svolta a Firenze nei primi anni 2000, e grazie alla disponibilità del dott. Patelli e degli altri membri dell'Ufficio Studi e Statistica della Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Rimini, abbiamo potuto lavorare su un

sotto-insieme di imprese appositamente estratto in base ai codici delle attività analoghe a quelle della vendita in spiaggia.

Detto sottoinsieme è risultato composto da 2.264 imprese operanti in Provincia di Rimini al 2007, delle quali 1.795 (pari al 79,3%) condotte da italiani e 469 (pari al 20,7%) condotte da stranieri.

Si tratta nel complesso prevalentemente di commercio al dettaglio di beni non alimentari (84,8%), ma anche di commercio all'ingrosso (11,7%), e di una piccola percentuale di imprese di tipo manifatturiero, artigianale (3,5%).

Per quanto riguarda questo sotto-insieme appare molto significativo l'andamento nel tempo della composizione per provenienza. Se al 2001 infatti il 91,2% degli imprenditori rilevanti erano italiani e solo l'8,8% stranieri, al 2004 questi ultimi erano già saliti al 16,0%, per arrivare come si è detto nel 2007 al 20,7% del totale. Negli ambiti più rilevanti dunque, cioè per quanto concerne la presente ricerca in quelli più simili ai settori in cui si esercita la vendita in spiaggia, un imprenditore su cinque è ormai straniero.

Tabella 8 – Imprenditoria italiana e straniera nei settori rilevanti a Rimini dal 2001 al 2007

ANNI	Impr. Italiani	Impr. Stranieri	TOTALE Impr.
2001	1.227 – 91,2%	119 – 08,8%	1.346 – 100,0%
2004	1.432 – 84,0%	272 – 16,0%	1.704 – 100,0%
2007	1.795 – 79,3%	469 – 20,7%	2.264 – 100,0%

Fonte: nostra elaborazione su dati CCIAA di Rimini, 2007.

Se nel complesso l'imprenditoria italiana e straniera in questo sotto-insieme di casi è aumentata tra il 2001 e il 2007 del 40,54%, è da segnalare che nel caso degli italiani questo aumento è stato solo del 31,64%, mentre nel caso degli stranieri è stato del 74,63%.

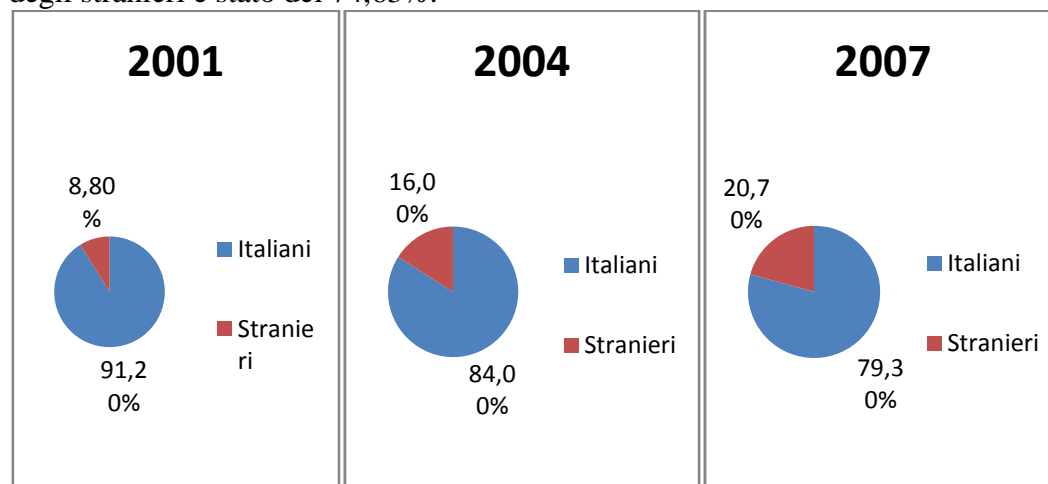


Figura 15 - VARIAZIONE DELLA PERCENTUALE DI IMPRESE STRANIERE SUL TOTALE DELLE IMPRESE RILEVANTI A RIMINI 2001 - 2007

È infine significativo comparare l'andamento dell'imprenditoria straniera sul totale dell'imprenditoria nei singoli comuni e comparare ulteriormente il rapporto tra imprenditoria straniera e imprenditoria italiana, sempre nei singoli comuni, per quanto riguarda il sotto-insieme di imprese considerato in questa analisi.

Tabella 9 – Incidenza percentuale degli imprenditori stranieri sul totale per comune, 2007.

PROVINCIA RIMINI	Tot. Imprenditori	Imprenditori Stranieri	% Imprenditori Stranieri
Bellaria Igea Marina	3.858	254	6,6%
Cattolica	3.874	237	6,1%
Coriano	1.966	110	5,6%
Gemmano	187	15	8,0%
Misano Adriatico	2.403	144	6,0%
Mondaino	229	13	5,7%
Monte Colombo Monte Scudo	607	60	9,9%
Montefiore C.	274	16	5,8%
Montegridolfo	192	17	8,9%
Morciano di R.	1.199	96	8,0%
Poggio Berni	476	16	3,4%
Riccione	7.472	438	5,9%
Rimini	25.828	2.290	8,9%
Saludecio	396	31	7,8%
San Clemente	715	72	10,1%
San Giovanni in M.	1.628	78	4,8%
Santarcangelo di R.	3.401	167	4,9%
Torriana	230	14	6,1%
Verucchio	1.202	74	6,2%

Fonte: Ufficio Studi e Statistica CCIAA di Rimini, Imprenditoria Straniera Provincia di Rimini Edizione 2007, con nostre rielaborazioni.

Come si può notare ben 6 comuni della Provincia di Rimini vedono una percentuale di imprenditori stranieri sul totale degli imprenditori pari o superiori all'8%, che è già una percentuale più elevata di quelle regionali e provinciali complessive indicate prima (nella provincia nel complesso l'imprenditoria straniera incide infatti sul totale per il 7,4%).

Quando si va a considerare l'incidenza percentuale dell'imprenditoria straniera sul totale dell'imprenditoria nel sotto-insieme di imprese rilevanti – cioè quelle più analoghe ai settori artigianali e merceologici nei quali si esercita la vendita in spiaggia – tali percentuali crescono significativamente, soprattutto in alcuni comuni, e molto significativamente a Rimini.

Tabella 10 – Incidenza percentuale degli imprenditori stranieri sul totale degli imprenditori nel sotto-insieme rilevante per comune, 2007.

PROVINCIA RIMINI	Tot. Imprenditori	Imprenditori Stranieri	% Imprenditori Stranieri
Bellaria Igea Marina	124	17	13,7%
Cattolica	185	21	11,4%
Coriano	40	6	15%
Gemmano	1	-	-
Misano Adriatico	57	11	19,3%
Mondaino	2	-	-
Monte Colombo Monte Scudo	22	10	45,5%
Montefiore C.	7	1	14,3%
Montegridolfo	1	-	-
Morciano di R.	50	7	14,0%
Poggio Berni	14	1	7,1%
Riccione	325	60	18,5%
Rimini	1.185	307	25,9%
Saludecio	5	-	-
San Clemente	11	1	9,0%
San Giovanni in M.	46	5	10,9%
Santarcangelo di R.	104	8	7,7%
Torriana	5	-	-
Verucchio	36	4	11,1%

Fonte: nostra elaborazione su dati CCIAA di Rimini, 2007.

Se si tralascia il caso di Monte Colombo e Monte Scudo, dove gli imprenditori stranieri sul totale degli imprenditori nel sotto-insieme considerato salgono al 45,5%, ma su un numero complessivo alquanto limitato (si tratta in tutto di 22 imprenditori, 10 dei quali stranieri), per il resto, a fronte di 5 comuni senza imprenditori stranieri, ce ne sono ben dieci in cui la percentuale di questi ultimi sul totale supera il 10%.

In particolare nel comune di Rimini si registra un'incidenza percentuale del 25,9%, che vuol dire che nei settori dell'imprenditoria attiva regolare ai quali è maggiormente simile la vendita in spiaggia, un imprenditore su quattro è ormai uno straniero.

8. Il fenomeno turistico e l'abusivismo commerciale a Rimini

Il fenomeno turistico costituisce per il nostro paese uno dei settori economici e non solo di maggiore importanza. Se questo è vero in tanti modi, in tanti luoghi diversi, basti pensare alle città d'arte, appare particolarmente vero per la riviera emiliano-romagnola e per la provincia e per la città di Rimini in particolare (Rossini, 2005).

Rimini costituiva già meta turistica nel XIX secolo, quando già si presentava come stabilimento balneare, e con l'inizio del XX secolo il turismo ha preso ad essere uno dei fondamenti, se non il fondamento, dell'economia riminese. Si pensi, per esempio, alla costruzione del Grand Hotel nel 1908. Anche negli anni della dittatura, del nazionalismo, della guerra, la realtà riminese ha continuato a crescere, e con essa il suo turismo. Dopo la guerra poi l'una e l'altro hanno avuto un boom. Alcuni autori hanno parlato di un vero e proprio passaggio da una economia agraria ad un'economia turistica, con lo sviluppo di una specifica "cultura turistica" (Riccio, 2001). Nel succedersi di fasi di maggiore sviluppo e crescita o di stagnazione e di crisi, questo assetto e questa cultura non sono mai venuti meno ed è da molto tempo, almeno dagli anni successivi al secondo dopoguerra che, al fenomeno turistico, si è venuto intrecciando quello dell'ambulante e della vendita in spiaggia. Ma in quei primi anni i venditori erano italiani, per lo più provenienti dalle regioni del sud. È solo con la fine degli anni '70 che, in concomitanza con i nuovi processi di immigrazione dall'estero, anche gli ambulanti e i venditori in spiaggia hanno preso ad essere soprattutto immigrati dall'estero.

Negli anni dal dopoguerra, però, sono anche venute mutando le normative, le regole, i regolamenti nazionali e locali, che disciplinano le attività commerciali in genere e quelle ambulanti in particolare. Se fino al 1976 (cfr. legge LG 19 Maggio 1976 n°398-G.U. n°154 del 12-6-1976 – Disciplina del Commercio Ambulante) era ancora obbligatorio per ogni ambulante l'iscrizione al Registro di pubblica Sicurezza e fino al 1991 non si potevano cedere o affittare liberamente le attività ambulanti, negli anni successivi la situazione è molto cambiata, particolarmente con quanto contenuto nel D.Lgs. 31 Marzo 1998 n°114 (Titolo X, art.27-30) che ridefinisce il commercio ambulante come commercio a dettaglio su aree pubbliche e ne rivede tutti gli aspetti demandando a Regioni e Provincie Autonome di dotarsi di leggi di attuazione. Al 2005 c'erano 150.915 imprese di commercio ambulante in tutta Italia, e 8.405 in Emilia Romagna, pari al 5,57% del totale italiano. Il dato nazionale relativo al 2005 segna un incremento considerevole dal periodo di maggior decremento del decennio, nel 1999, quando ce ne erano 121.325 (FIVA, 2006). Sono complessivamente diminuite le iniziative a posteggio fisso, mentre sono aumentate quelle a posteggio mobile o itineranti rispettivamente 0,8% e 145,0% in Italia e -11,5% e 107,0% in Emilia Romagna.

Al 2008 le imprese risultano 162.000 con un ulteriore lieve incremento, delle quali il 16% a conduzione femminile e il 33% a titolarità di imprenditori non

comunitari, per un volume complessivo di 350.000 addetti (tra titolari, collaboratori familiari e personale dipendente) e una cifra di affari che al 2007 risultava di 25-26 miliardi di euro.

Ciò che è più rilevante ai fini della presente ricerca è però il fatto che proprio a partire dalla fine degli anni '90, con la nuova disciplina e con la ripresa della crescita del settore, si è venuta a determinare una particolare attenzione della categoria nei confronti delle attività di tipo abusivo. La parola d'ordine per l'attuazione della nuova disciplina e per l'uscita dalla crisi del settore è stata infatti quella della "riqualificazione": e l'abusivismo in quanto tale è apparso come un ostacolo in se stesso proprio a tale riqualificazione.

Qui bisogna distinguere diversi livelli concernenti il problema dell'abusivismo nell'ambito del più ampio commercio ambulante.

C'è anzitutto il problema delle effettive illegalità, per lo più coincidenti con le problematiche della contraffazione. Ma questo settore è stato rigorosamente disciplinato negli anni più recenti¹⁰.

Ci sono poi molteplici situazioni di irregolarità, che possono essere dovute al fatto che certe attività si trovano agli inizi, oppure in certi momenti di transizione; che chi le intraprende non conosce esattamente le regole e le procedure da seguire; e circostanze analoghe.

Quello che va sotto il nome di "abusivismo commerciale" è dunque un insieme complesso di situazioni e di attività, alcune delle quali sono certamente da reprimere ai sensi delle leggi vigenti, mentre altre si configurano come più o meno irregolari e interpellano variamente le autorità preposte a disciplinarle ed eventualmente a favorirne il riconoscimento.

Il problema è che poco si conoscono la composizione interna, le dinamiche, gli effettivi andamenti di questa parte dell'ambulantato. E che è difficile conoscerli se non si realizzano indagini *ad hoc*. Per quanto concerne nello specifico la vendita in strada e in spiaggia, soprattutto da parte di immigrati, alcune di tali indagini sono state effettuate. Ed è significativo che esse abbiano immediatamente colto il nesso tra commercio ambulante irregolare ed abusivo di questo tipo e fenomeni turistici.

Fin dalla prima ricerca approfondita sulla realtà dell'ambulantato abusivo sulla riviera romagnola, svolta negli anni 1994, 1995, 1996 e significativamente intitolata "*Luoghi di svago luoghi di mercato*" (Città Sicure, 1997), è stato comunque colto il nesso tra questo tipo di attività e il turismo che tanta parte ha

¹⁰ Si richiamano in questa sede alcune delle più recenti normative di regolamentazione: Regolamento (CE) N. 450/2008 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 23 aprile 2008 che istituisce il codice doganale comunitario (Codice doganale aggiornato); Decreto Legislativo del 13 febbraio 2006, n. 118; Attuazione della direttiva 2001/84/CE, relativa al diritto dell'autore di un'opera d'arte sulle successive vendite dell'originale. (G.U. n. 71 del 25-3-2006); Codice della Proprietà Industriale, a norma dell'articolo 15 della Legge 12 Dicembre 2002, n. 273 - Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30; Direttiva 2004/48/CE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 29 aprile 2004 sul rispetto dei diritti di proprietà intellettuale.

nel caratterizzare la vita economica e sociale della riviera e della città di Rimini. Quella ricerca si chiedeva chi fossero gli ambulanti abusivi, perché avessero deciso di svolgere tale attività e dove si rifornissero delle merci che vendevano; quali ragioni spingessero i turisti a comprare da loro e in che misura loro facessero concorrenza ai commercianti regolari (ivi inclusi gli ambulanti regolari); e quali fossero gli atteggiamenti e le risposte delle autorità preposte alla regolamentazione, al controllo e alla repressione di queste attività. Si notava come da un lato il fenomeno dell'ambulantato abusivo venisse considerato come fonte di concorrenza sleale per i commercianti in regola mentre dall'altro appariva sempre più un aspetto particolare delle più vaste difficoltà derivanti dall'assorbimento di un'immigrazione non regolata e non regolare.

Si è trattato di una ricerca su larga scala, che oltre a rilevare direttamente la presenza di ambulanti e di ambulanti abusivi sull'arenile ha potuto condurre numerose interviste sia con gli ambulanti stessi (circa 500) sia con i turisti presenti in riviera nell'agosto 1995 (557), sia ancora con alcuni commercianti regolari (50 colloqui), sia infine con esponenti delle forze dell'ordine e delle istituzioni (41 interviste). In questa nostra ricerca, limitata al comune di Rimini e ad una scala necessariamente più ridotta abbiamo fatto ampiamente riferimento alle problematiche e ai dati emersi in quella sede.

In quella ricerca si notava come i turisti, sia italiani sia stranieri, fossero per lo più degli affezionati alle coste romagnole, che ci tornavano di anno in anno, eccezion fatta per una limitata fascia di più giovani. Sistemati in genere in alberghi o pensioni, una certa quota in appartamenti di proprietà o in affitto, questi turisti propendevano per lo più per vacanze medio - lunghe, superiori alle due settimane.

La riviera veniva scelta soprattutto per la sua raggiungibilità, per la buona organizzazione dei servizi, per il fatto di essere adatta a famiglie con bambini, da taluni in quanto posto nuovo e diverso.

Complessivamente sono stati riscontrati livelli di soddisfazione per le vacanze medio - alti, soprattutto fra i turisti stranieri. Sono stati rilevati, tra questi turisti, diversi stili di consumo: il turista che porta da casa tutto ciò che gli serve e che tende a limitare al massimo gli acquisti non alimentari nel posto di vacanza; il turista che porta da casa quello che può e che rinvia a dopo le ferie la maggior parte degli acquisti non alimentari; e infine il turista che acquista direttamente nel posto in cui trascorre le vacanze le cose di cui ha bisogno. Degli oltre 500 turisti intervistati il 31% si collocava nel primo gruppo, il 34% nel secondo, il 35% nel terzo. Sul totale dei turisti intervistati, però, è risultato che l'85% aveva fatto uno o più acquisti non alimentari durante la villeggiatura. Ciò vale per tutti i turisti italiani e stranieri, ad eccezione di quelli dell'est europeo, senza particolari differenze di sesso o di età. I beni acquistati consistevano soprattutto in articoli di abbigliamento, beni per l'ornamento della persona, cosmetici, oggetti d'uso prettamente marino (asciugamani, teli, parei, ecc.) o altri tipi di oggetti (da spazzole e pettini ai centrini, a radioregistratori, a vasellame, ecc.). In oltre la metà

dei casi i turisti hanno dichiarato la loro propensione ad acquistare da ambulanti e oltre 4 turisti su 10 hanno effettuato almeno un acquisto presso venditori ambulanti (nello specifico: il 55% dei turisti di lingua tedesca, il 47% dei francesi, il 39% degli italiani, il 22% dei turisti provenienti dai paesi dell'est). Uno su 4 (il 24%) aveva effettuato più di un acquisto. E' da notare che la percentuale di quanti hanno acquistato da venditori ambulanti aumentava all'aumentare dell'età; che era lievemente superiore la percentuale dei maschi che avevano effettuato tali acquisti rispetto a quella delle donne; e che infine era più alta la percentuale di tali acquirenti tra i clienti più abitudinari (Città Sicure, 1997).

Quando i ricercatori hanno poi indagato sull'immagine dei venditori ambulanti e degli immigrati in generale, presso i turisti intervistati, è risultato che nell'81% dei casi i turisti ritenessero che “devono poter lavorare”; nel 73% dei casi che “sono simpatici”; nel 53% dei casi che “animano la spiaggia”; nel 51% dei casi che “sono bravi a vendere” e nel 50% dei casi che “sono folkloristici”. Viceversa, nel 66% dei casi è stato fatto rilevare che “sono troppi”; nel 65% che “vendono merce di poco valore”; nel 40% che “danno fastidio”; nel 39% che “sono gestiti dalla malavita”; nel 37% che “spacciano droga”; e nel 30% in fine che “vendono merce rubata”.

Come si vede dunque, pur non mancando atteggiamenti critici, quelli favorevoli incidono di gran lunga di più.

Andando ad approfondire l'immagine che i turisti avevano specificamente degli ambulanti immigrati e particolarmente di quelli non comunitari è risultato che per la maggioranza degli intervistati gli ambulanti immigrati non risultassero essere ambulanti professionisti che sceglievano e volevano fare quel mestiere (79%), ma che fossero gente povera (83%), senza regolari documenti per poter vendere la merce (69%), emarginati (65%), senza regolari documenti per poter stare in Italia (61%). Un ulteriore 29%, composto soprattutto di turisti dell'est, pensava che gli ambulanti immigrati fossero gente che non aveva voglia di lavorare, mentre per un 21% si trattava di professionisti (Città Sicure, 1997).

Se dunque per la maggior parte dei turisti, italiani e stranieri, allora intervistati il commercio ambulante e in particolare quello effettuato da immigrati veniva riconosciuto come un fenomeno connaturato alla località turistica e al tempo stesso funzionale – pur con consistenti minoranze di risposte che esprimevano preoccupazione – la fiducia nei confronti dei diversi gruppi di venditori di strada o in spiaggia risultava alquanto diversificata: alla domanda se, una volta deciso di fare un acquisto da un ambulante, avrebbe preferito rivolgersi all'uno o all'altro gruppo nazionale, il 65% ha assegnato il primo posto agli ambulanti italiani, il secondo agli ambulanti provenienti dall'Africa sub-sahariana (40%), il terzo posto agli ambulanti provenienti dall'Asia e da altri paesi (22%), e l'ultimo ai magrebini (20%). In realtà è poi emerso che tutti i turisti che hanno effettuato acquisti presso ambulanti hanno pure comperato presso gli altri commercianti.

Degli acquisti effettuati presso ambulanti il 55% era stato effettuato presso un ambulante itinerante, il 26% presso un ambulante con posto fisso o bancarella, il 19% presso entrambi.

Sono stati il 19% ad affermare di aver acquistato presso ambulanti per necessità, mentre nell'81% dei casi gli intervistati hanno specificato che si era trattato di una occasione.

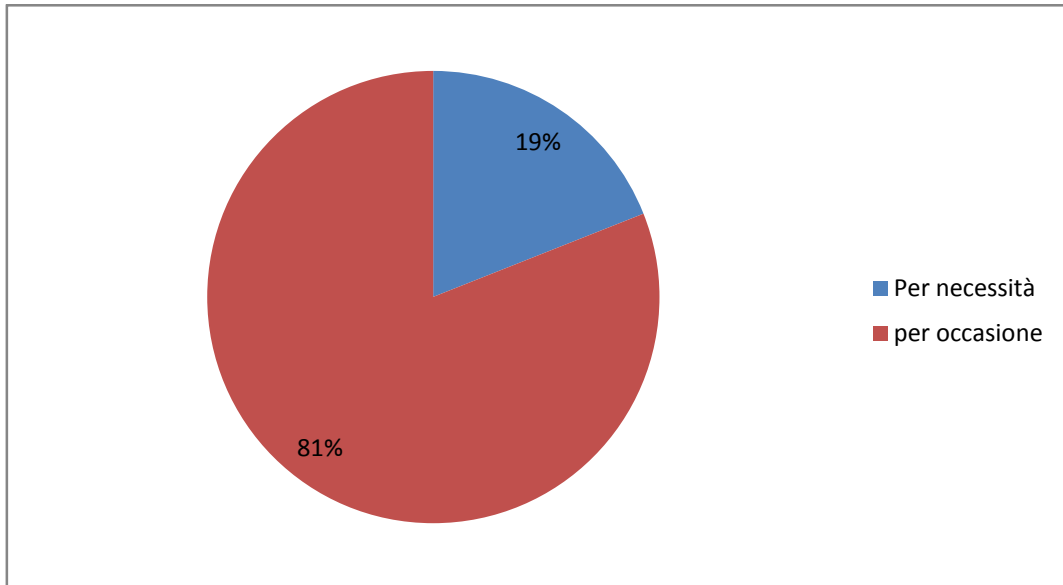


Figura 16 - ACQUISTI PRESSO AMBULANTI ABUSIVI PER MOTIVAZIONI PRINCIPALI - RIVIERA EMILIANO ROMAGNOLA 1997

Nello specifico il 65% ha menzionato la convenienza del prezzo, il 50% la comodità del luogo, il 32% la motivazione ad aiutare questa gente, il 30% le modalità dell'acquisto, il 28% il piacere nel contrattare il prezzo, il 22% la tipicità del prodotto, il 12% la qualità del prodotto, il 10% l'urgenza dell'acquisto, il 7% la voglia di provare una nuova esperienza e solo il 6% l'insistenza del venditore.

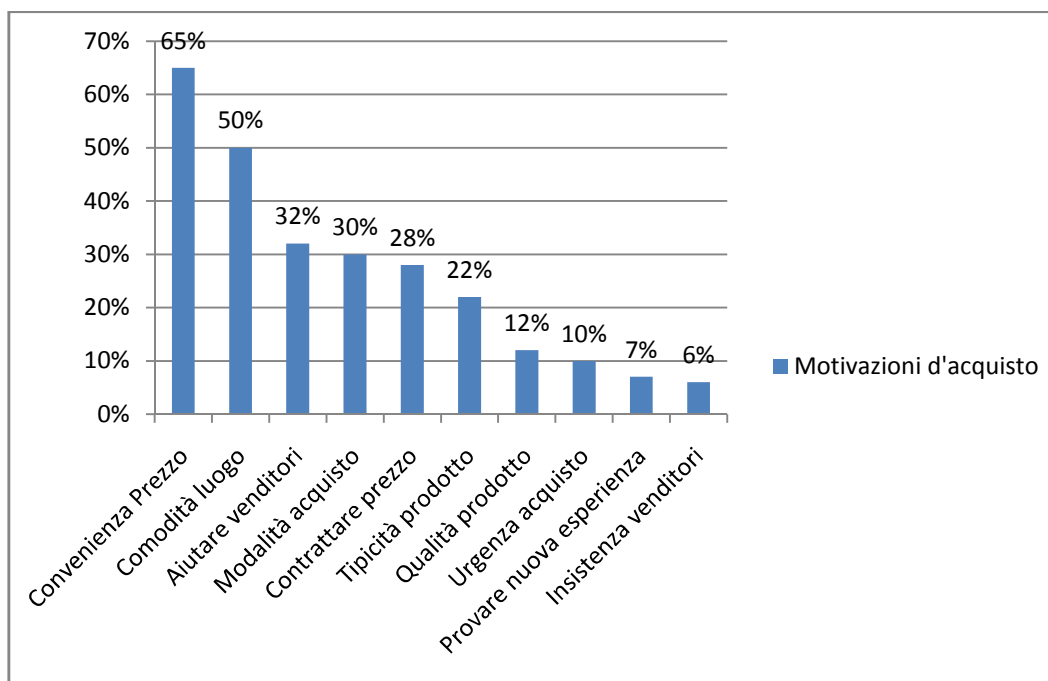


Figura 17 – ACQUISTO PRESSO AMBULANTI ABUSIVI PER MOTIVAZIONI SPECIFICHE (le percentuali assommano a più di 100% perché erano consentite risposte multiple).

Gli studiosi di “Luoghi di svago luoghi di mercato” concludevano la loro originale e articolata indagine affermando: “*In definitiva la riviera è un luogo di rilassamento e di divertimento, un luogo di svago, ma è anche un'area di intensa attività commerciale nella quale virtualmente ogni metro di spiaggia è fruttato in termini di profitto prodotto. Il luogo di mercato si sovrappone, si intreccia, si combina con il luogo di svago. Il fenomeno dell'abusivismo, tra tanti altri quesiti, ci obbliga a chiederci in che misura questi due aspetti possano o debbano essere tenuti separati l'uno dall'altro o in che misura non sia possibile trovare nel loro intreccio lo spazio (il posto) per soluzioni positive*” (Città Sicure, 1997).

Alla luce di quanto esposto nel terzo capitolo, a proposito dell'estensione temporale e geografica della vendita in strada, si può notare come questo intreccio fra luoghi di svago e luoghi di mercato, in particolare di commercio ambulante, caratterizzi luoghi e tempi diversi e permanga tuttora molto significativo.

Sfortunatamente l'acuta indagine su turismo e ambulato commerciale sulla riviera emiliano - romagnola non è mai stata replicata in quanto tale. La provincia di Rimini ha condotto nell'agosto 2002 una nuova *Indagine sull'abusivismo commerciale nella Provincia di Rimini*, ma questa indagine si è incentrata più sulle rappresentazioni del fenomeno che non su rilevazione quanti - qualitative dello stesso. L'indagine della Provincia si è infatti basata su questionari somministrati a 1.500 cittadini residenti, a 750 turisti e a 750 imprenditori turistici

per indagare, oltre ad alcuni aspetti dell'attività turistica in sé, soprattutto le percezioni dell'abusivismo commerciale, le abitudini d'acquisto, le opinioni sulla dannosità dell'abusivismo commerciale, gli atteggiamenti e le opinioni sugli ambulanti abusivi e in fine la valutazione delle possibili azioni strategiche nei confronti dell'abusivismo commerciale nei cinque comuni della costa. Per quanto riguarda i risultati di tale indagine, difficilmente comparabili con la precedente per la diversa impostazione delle due ricerche, va comunque notato come emerga una conferma tendenziale del fatto che per i turisti la presenza di ambulanti abusivi in spiaggia o è gradita o non rappresenta comunque un problema. Un solo turista – viene riportato – ha lamentato un certo “ lassismo nei confronti degli extracomunitari”, in qualche modo riconducibile al fenomeno dell'abusivismo commerciale. Di modo che i ricercatori della provincia di Rimini concludono “che la presenza di ambulanti abusivi non sembra incidere in alcun modo sulla scelta di ritornare o meno per le proprie ferie in uno dei comuni della costa riminese” (Provincia di Rimini, 2002, p. 10). Questi ricercatori hanno anche cercato di associare la visibilità percepita del fenomeno presso i residenti, gli imprenditori turistici ed i turisti con eventuali espressioni di fastidio da parte degli intervistati, verificando che è solo nel caso degli imprenditori turistici che l'abusivismo commerciale appare alquanto visibile ed anche fastidioso. Nel caso dei residenti appaiono ben più fastidiosi gli atti vandalici e i danneggiamenti, il traffico, il degrado ambientale e la sporcizia. Per i turisti, e in particolare per i turisti stranieri, la vendita in spiaggia anche non autorizzata non rappresenta un particolare problema. Risulta che due turisti su cinque hanno effettuato almeno un acquisto presso venditori ambulanti abusivi, e tra questi una quota significativa ha effettuato anche tre e più acquisti. In particolare è interessante rilevare che già nel 2002 erano stati acquistati presso venditori abusivi alcuni servizi come massaggi, tatuaggi, ecc., che nel 1997 quasi non comparivano ancora tra le attività ambulanti sull'arenile. L'82,6% di quanti avevano acquistato servizi di questo genere lo avevano fatto presso venditori abusivi. Per i turisti inoltre la presenza dell'abusivismo commerciale non danneggia l'immagine di Rimini e delle altre città della costa, mentre di questo si dimostrano più preoccupati i residenti e soprattutto gli imprenditori turistici. E se per i turisti per lo più gli ambulanti abusivi svolgono un lavoro come tanti altri tra i residenti e tra gli imprenditori turistici prevale l'idea che siano comunque “troppi” e spesso che siano fastidiosi e insistenti, per nulla simpatici e folkloristici. Quasi tutti pensano comunque che gli ambulanti abusivi facciano questo lavoro soprattutto perché non hanno altre possibilità, o perché non le potrebbero avere in quanto “clandestini”. Per fronteggiare la situazione, secondo i residenti bisognerebbe soprattutto volgersi ad azioni di tipo preventivo e a politiche di integrazione sociale mentre gli imprenditori turistici specificano che occorrerebbe colpire i luoghi di produzione e approvvigionamento, esercitare maggiore severità della legge, combattere l'immigrazione clandestina, e pattugliare le spiagge, piuttosto che regolarizzare la vendita in spiaggia.

Una ulteriore ricerca effettuata nel 2004 e pubblicata nel 2006 si è concentrata invece soprattutto sui lavoratori ambulanti abusivi nella provincia di Rimini (Fiorani, 2006) ma ha adottato un'altra prospettiva euristica, mettendo in rapporto la condizione degli ambulanti intervistati soprattutto con il tipo di politiche migratorie adottate.

In pratica, per quanto è a nostra conoscenza, dopo l'indagine del 1997 non ci sono più state rilevazioni quanti - qualitative che tenessero conto sia della realtà dei venditori sia di quella dei turisti, dei residenti, degli operatori a diverso titolo. I tempi e i mezzi a disposizione per la presente indagine non hanno consentito di acquisire materiali di prima mano quanto alla presenza turistica e al rapporto di questa col fenomeno del commercio ambulante ed abusivo oggi. Ma alcune indicazioni in merito possono essere ricavate tenendo conto di fonti secondarie e degli indicatori da esse rilevabili. Si può notare anzitutto come quello turistico resti un settore particolarmente rilevante per il nostro Paese nel complesso e particolarmente per l'Emilia-Romagna, dove tra il gennaio e il dicembre 2007 si sono registrati 8.665.029 arrivi per un totale di 38.176.819 presenze.

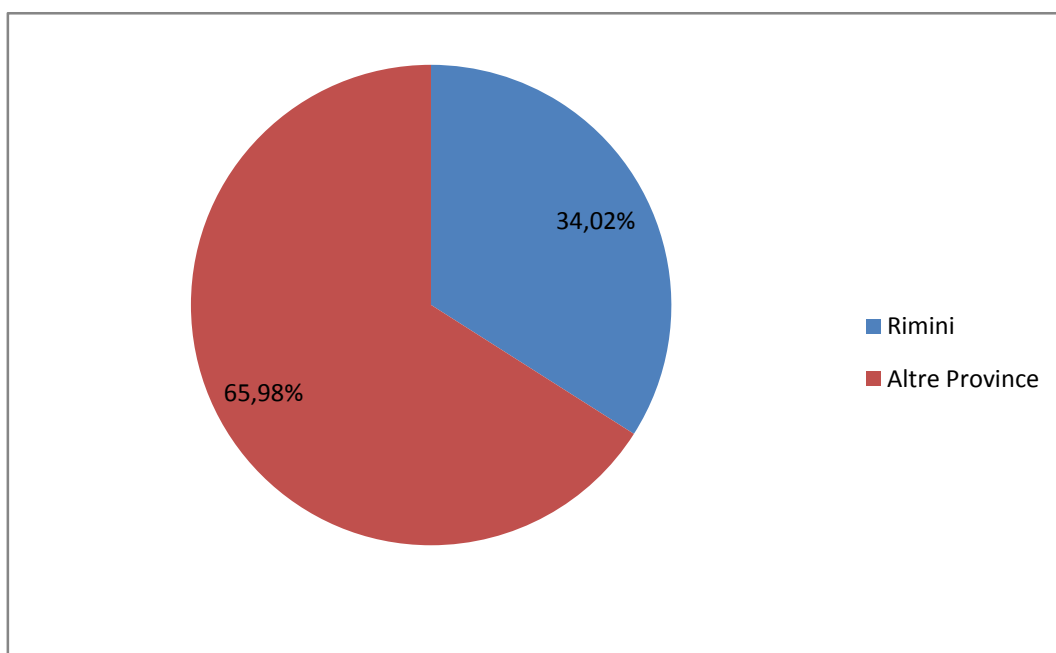


Figura 18 - CONFRONTO PERCENTUALE ARRIVI TURISTI A RIMINI E NELLE ALTRE PROVINCE DELLA REGIONE EMILIA ROMAGNA AL 31 DICEMBRE 2007

Il 34,02% degli arrivi, pari a 2.947.753 persone e il 41,17% delle presenze, pari a 15.718.985, si è registrato a Rimini (Regione Emilia Romagna 2008). La permanenza media dei turisti, lungo tutto l'anno, in regione è di 4,41 giorni, che nel caso di Rimini salgono a 5,33, e in particolare 5,22 per quello che riguarda gli italiani e 5,75 per quello che riguarda gli stranieri. C'è stato probabilmente,

rispetto alla seconda metà degli anni '90, un certo mutamento nella composizione degli arrivi di stranieri con il calo per esempio tra il 2006 e il 2007 dei provenienti dalla Germania, dalla Danimarca, dall'Islanda, dalla Svizzera, ma anche con l'aumento dei provenienti dai paesi dell'est, dal Canada, dall'Australia. Si può immaginare che il turismo sia venuto mutando volto e, per certi aspetti, abitudini; ma questi mutamenti non sembrano di per se stessi tali da alterare significativamente l'intreccio tra svago e mercato del quale si è detto più sopra. Occorrerebbe poter approfondire se e come è cambiata l'incidenza dei turisti abituali, la composizione per età, la lunghezza della permanenza delle diverse categorie di turisti, tutti fattori che come abbiamo visto incidono sul rapporto con l'ambulantato e con l'ambulantato abusivo in spiaggia. Non si ha comunque ragione di ritenere che questi caratteri, pur avendo subito probabilmente variazioni, siano mutati in maniera assoluta.

È comunque da rilevare come sia a Rimini, sia in tutte le province costiere (Ferrara, Forlì-Cesena, e Ravenna oltre a Rimini) ci siano ormai percentuali piccole ma significative di turisti che provengono dagli stessi paesi di provenienza degli immigrati. Complessivamente dalla Cina e dagli altri paesi asiatici, dal Medio Oriente e dal Maghreb, dall'Africa sub-sahariana, sono giunti sulla riviera emiliano romagnola nel 1997 37.352 turisti, pari al 3,23% degli arrivi dall'estero. Nella sola Rimini si tratta di 17.657 persone, pari al 2,88% del totale degli arrivi dall'estero nella provincia. Si tratta di decine di migliaia di persone che per vari motivi e opportunità si orientano a passare del tempo sulla riviera emiliano romagnola, e che certo risentirebbero di eventuali discriminazioni nei confronti di loro connazionali che pure si trovano in tutt'altra condizione.

Ricerche recenti effettuate in altre località turistiche del mondo confermano sostanzialmente, in particolare, l'intreccio tra vacanze in località balneari e gradimento della vendita in spiaggia, comunque esercitata (Indonesia).

A questo punto emerge con chiarezza il fatto che la vendita in spiaggia, comunque esercitata, rappresenta un segmento particolare del più ampio settore dell'ambulantato e della vendita in strada. Infatti anche in paesi nei quali la vendita in strada si caratterizza soprattutto come vendita di cibo, nelle località turistiche e in quelle balneari in particolare, si tratta per lo più di vendita di beni non alimentari.

La vendita in spiaggia esercitata sulla costiera emiliano - romagnola e in particolare a Rimini non costituisce dunque di certo un' "emergenza" o un'anomalia locale: si tratta, come si è visto di un fenomeno che permane nel tempo e che è comune a tante altre località in Italia e nel mondo.

Ciò nulla toglie all'esigenza di monitorare questo fenomeno, di verificarne le caratteristiche di regolarità o irregolarità, se non addirittura di illegalità. Ma nel fare questo non si può non tener conto dell'intreccio tra svago e mercato e in particolare dell'intreccio fra turismo e ambulantato di cui si è detto fin ora. Quando si focalizza l'attenzione esclusivamente o quasi sul controllo delle frontiere e del territorio, non si dovrebbe infatti dimenticare che questo influisce

in pari tempo sul turismo come sui processi migratori: pensare di poter controllare, limitare o addirittura bloccare questi ultimi senza al contempo incidere sul primo appare poco realistico.

La presente ricerca si è dunque mossa a partire dalla consapevolezza e dal rispetto per l'intreccio dato tra movimenti turistici, processi migratori, ambulante e particolarmente vendita in strada o in spiaggia, cercando – nei limiti dei tempi e dei mezzi a disposizione – di verificare la quantità e qualità ed eventuali mutamenti significativi della vendita in spiaggia e particolarmente del commercio abusivo, senza perdere di vista al contempo la rilevanza dei modi con i quali nel tempo si è venuti costruendo socialmente i problemi relativi. In altri termini ci si è posti da un lato il problema di capire se e come il fenomeno della vendita in spiaggia fosse venuto mutando quantitativamente e qualitativamente dalla metà degli anni '90 ad oggi; e se dall'altro lato fossero venuti mutando, e come, i modi di porsi nei confronti di tale fenomeno, i modi di regolarlo, controllarlo e disciplinarlo, di comunicare in merito con l'opinione pubblica e, non da ultimo, i modi stessi di porsi in rapporto (o nella mancanza di rapporto) con i venditori in spiaggia.

9. L'abusivismo commerciale degli immigrati a Rimini: una rilevazione.

9.1 La comparazione 1997-2008

Come si è detto, la prima indagine scientifica dedicata al problema delle vendite ambulante e particolarmente della vendita in spiaggia e dell'abusivismo commerciale è stata effettuata negli anni 1994, 1995, 1996 e pubblicata nel 1997 (Città Sicure, 1997). Si trattava di una ricerca complessa e articolata che considerava anche le ragioni che spingevano i turisti a comprare dagli ambulanti abusivi e gli atteggiamenti, le risposte delle autorità preposte alla regolamentazione, al controllo e alla repressione della loro attività. Ma in prima istanza quella ricerca voleva approfondire chi fossero gli ambulanti abusivi, perché avessero deciso di svolgere questa attività, e dove si rifornissero delle merci che vendevano.

In quella occasione, per quanto concerne quest'ultima parte, cioè lo studio sugli ambulanti abusivi, furono condotte rilevazioni dirette sull'arenile lungo tutta la costiera emiliano-romagnola e precisamente ai lidi ravennati, a Cervia-Milano Marittima, a Cesenatico, a Gatteo-Savignano-San Mauro, a Bellaria-Igea, a Rimini, a Riccione, a Misano-Cattolica. Rilevazioni generali furono effettuate il 23 luglio del 1994, il 3 settembre del 1995, il 21 luglio del 1996 ed in fine l'1 settembre del 1996, contando da un minimo di 1.603 ad un massimo di 2.023 venditori ambulanti nell'arco dell'intera giornata lungo tutta la costa.

Nella rilevazione sull'arenile sono state utilizzate diverse cautele statistiche, tenendo conto della stagionalità e di altri fattori (come ad esempio del fatto che nella rilevazione a Cervia del luglio 1996 era in corso una vasta azione preventiva della polizia municipale, motivo per cui le presenze erano molto ridotte ed è stata effettuata solo in quella località una rilevazione integrativa la domenica successiva, che ha individuato 430 ambulanti, portando a 1.843 la cifra complessiva di quella rilevazione).

I ricercatori hanno considerato che il fenomeno, riguardando circa 2.000 soggetti lungo tutta la costa emiliano-romagnola, ha una sua rilevanza quantitativa: tanto più che – hanno rilevato – se si considera il fatto che ad uno stesso “posto di vendita” possono alternarsi diverse persone, i soggetti potrebbero essere tra 2.000 e 2.500. Però, hanno ancora considerato gli estensori del rapporto, al tempo stesso il fenomeno dell'abusivismo commerciale sulla riviera non solo non era in aumento nei tre anni considerati, ma sembrava aver raggiunto una sostanziale stabilità, un assestamento. “Se di tendenze si può parlare esse sembrano essere piuttosto in direzione di un leggero ridimensionamento” (Città Sicure, 1997, p. 14).

Le tre aree di maggiore concentrazione allora rilevate erano Rimini, Riccione e Cervia-Milano Marittima. Esse hanno mantenuto la loro caratteristica di aree di

maggior concentrazione anche se a seconda dei tempi delle rilevazioni l'una o l'altra risultava più congestionata (ad esempio nel 1996 scendeva il numero delle presenze a Cervia e cresceva invece a Rimini).

Per quanto riguarda quest'ultima realtà, che è quella che qui ci interessa più direttamente perché la presente ricerca ha preso in considerazione solo la vendita in spiaggia lungo il litorale riminese, il numero delle presenze rilevate era di 454 nel luglio del 1994, 515 nel settembre del 1995, 703 nel settembre del 1996 (anche probabilmente per l'afflusso temporaneo dei venditori allontanati da Cervia; infatti c'è a Rimini in quel periodo un innalzamento di 188 unità rispetto al periodo precedente e a Cervia contestualmente un decremento di 123 unità).

9.2 L'indagine luglio-agosto 2008 sull'arenile del Comune di Rimini

In occasione della presente ricerca sono state effettuate rilevazioni, lungo l'arco dell'intera giornata o di parte di essa, alle seguenti date: 18 luglio 2008, 19 luglio 2008, 1 agosto 2008, 2 agosto 2008, 3 agosto 2008, 30 agosto 2008, 31 agosto 2008, visitando almeno due volte, nelle stesse ore della giornata o possibilmente in ore diverse, tutti i 151 bagni che vanno dalla zona di Marina Centro a quella di Rimini fino a quelle di Bellariva, Marebello, Rivazzurra e Miramare in direzione sud; i 5 bagni nella striscia a ridosso della Darsena; e i 76 bagni che vanno da Torre Pedrera, a Viserbella, a Viserba, a Rivabella in direzione Nord.

Occorre considerare che oltre a fattori di stagionalità – le presenze rilevate all'inizio e alla fine di agosto sono più numerose di quelle rilevate a luglio – ci sono stati anche fattori di orario e fattori atmosferici che hanno probabilmente influenzato sia l'afflusso dei turisti sia l'afflusso dei venditori in spiaggia, rendendo le singole rilevazioni disomogenee tra loro (ad esempio il 19 luglio e il 31 agosto erano giornate piovose e ventose).

Un obiettivo della presente rilevazione era di contare, per quanto possibile, sia i soggetti lungo tutto l'arco del periodo luglio-agosto 2008, sia le presenze, effettive e stimate in proporzione ai tratti di arenile visitati a ciascuna singola rilevazione, per ogni sottoperiodo (luglio 2008, inizio agosto 2008, fine agosto 2008). Per realizzare tale obiettivo si è preso nota, su apposita scheda, di tutti i soggetti incontrati lungo l'arco di tutte le rilevazioni una e una sola volta. Il totale dei soggetti non tiene conto dunque del numero di coloro che venivano incontrati più volte, in modo da avere, per quanto possibile un' unica entrata per ciascun soggetto. Per le presenze invece si è tenuto conto di quanti venivano incontrati o passavano nei diversi tratti di arenile visitati, anche se si trattava di soggetti già incontrati in precedenza. È evidente che una rilevazione di questo tipo si presta a qualche margine di errore. Ma di sicuro si tratta di una rilevazione più accurata e più certa di quelle, ad esempio, compiute per via aerea.

Complessivamente lungo tutto l'arco del periodo e lungo tutti i tratti di arenile visitato abbiamo incontrato circa 500-510 soggetti.

In termini di presenze, cioè del complesso di quelle rilevate e di quelle appositamente stimate, ad eccezione delle giornate sfavorevoli, l'attività di questi soggetti sull'arenile riminese nei singoli periodi considerati risulta distribuirsi come segue:

18 – 19 Luglio	fino a 250/300 presenze
01 – 03 Agosto	fino a 350/400 presenze
30 – 31 Agosto	fino a 280/320 presenze

Queste nostre stime, elaborate indipendentemente, risultano peraltro collimare significativamente con quelle che ci sono state fornite dal Comando della Polizia Municipale, sulla base delle rilevazioni aeree compiute dall'elicottero.

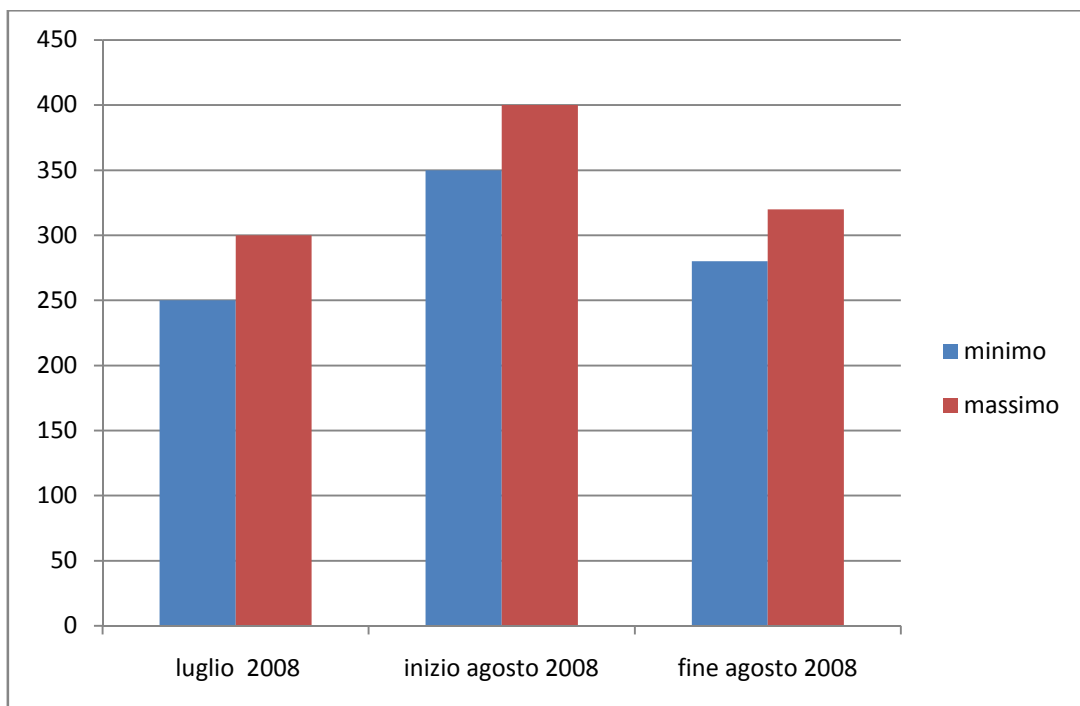


Figura 19 - STIMA PRESENZE NEI PERIODI CONSIDERATI

Se si immagina di percorrere tutto l'arenile riminese da nord a sud, le presenze dei venditori ambulanti in spiaggia, sul totale delle presenze da noi rilevate, risultano percentualmente distribuite come segue:

Rivabella	1,63%
Viserba	8,62%
Viserbella	4,89%
Torre Pedrera	5,59%
Darsena	0,00%
Marina Centro	10,49%
Lungomare Murri	17,48%
Lungomare di Vittorio	20,74%
Bellariva	3,26%
Marebello	0,93%
Rivazzurra	20,98%
Miramare	5,36%

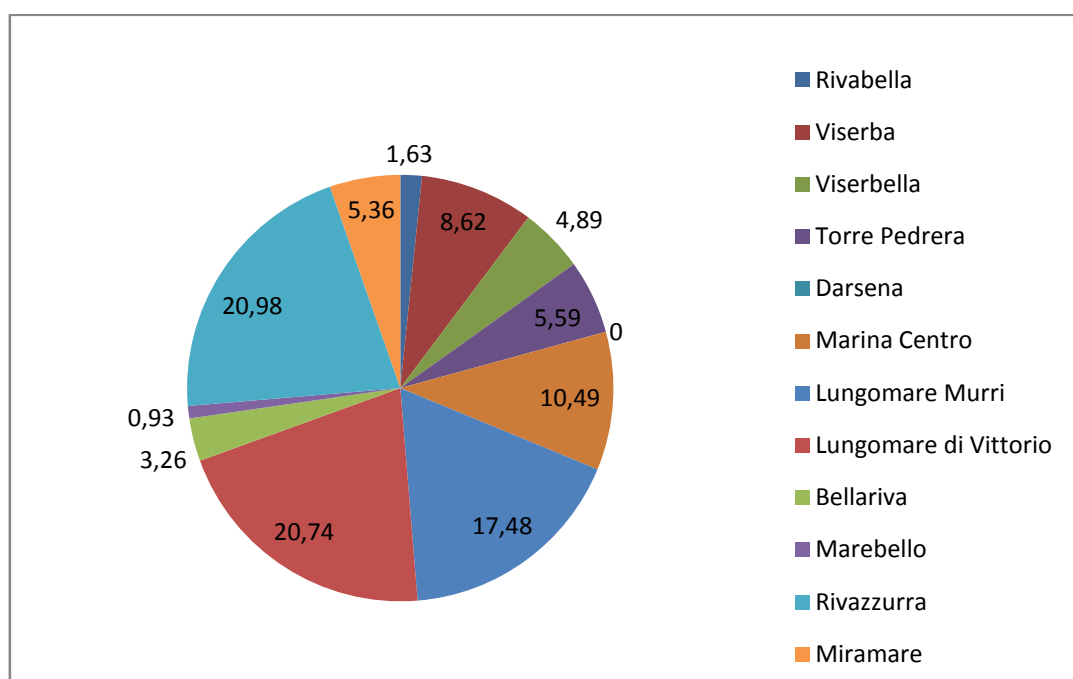


Figura 20 - DISTRIBUZIONE DELLE PRESENZE NELLE SOTTOZONE DELL'ARENILE RIMINESE CONSIDERATE

Come si può osservare, la distribuzione nelle sottozone geografiche risulta complessivamente alquanto diseguale, dal momento che il 79,3% delle presenze si concentra nei bagni della zona centro-sud, e solo il rimanente 20,7% nella zona nord.

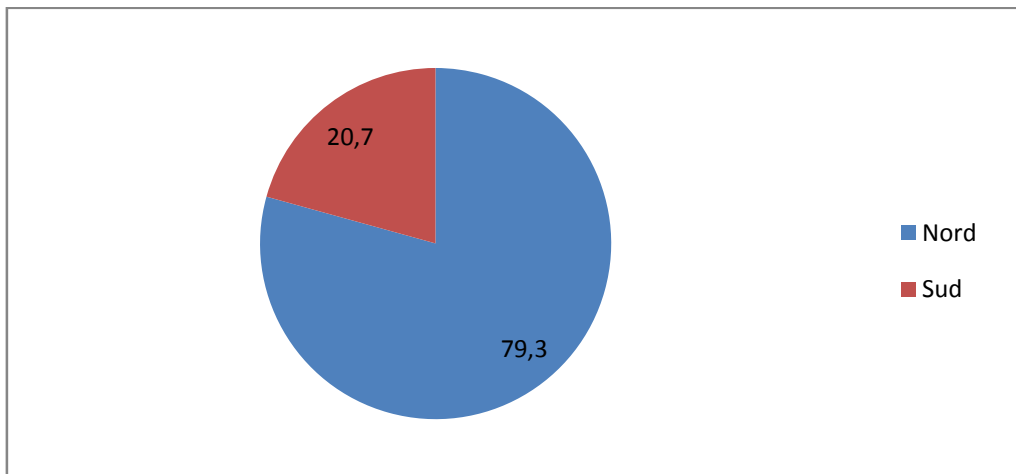


Figura 21 - DISTRIBUZIONE DELLE PRESENZE NELLE MACROAREE DELL'ARENILE RIMINESE CONSIDERATE

Mediamente, se si considera tutta la lunghezza dell'arenile, ci sono tra i tre e i quattro venditori ogni 100 metri. Ma in certe zone, Viserba a nord, Lungomare di Vittorio e Rivazzurra verso sud, la concentrazione di presenze per 100 metri sale a 8-10.

Nella ricerca del 1997 si riscontrava, per l'estate del 1996, una concentrazione di venditori da Piazza Tripoli a Bellariva pari a circa 10 ambulanti ogni 100 metri, e da Bellariva a Miramare pari a 12. La differenza tra queste misure può essere data dal diverso tipo di rilevazioni effettuate, ma è da attribuirsi più probabilmente al fatto che l'indagine del 1997 considerava tutta la riviera emiliano-romagnola, e non le singole micro-zone del segmento riminese, com'è nella presente ricerca.

Complessivamente comunque, dal punto di vista della quantità di soggetti e presenze rilevati, e probabilmente – stante quanto detto sopra – dal punto di vista della concentrazione delle vendite lungo l'arenile, i dati della presente ricerca indicano una sostanziale continuità con i risultati di quella effettuata 12 anni prima. La constatazione lì emersa di come il fenomeno sembrasse aver raggiunto una sostanziale stabilità, un assestamento, trova piena conferma dai nostri risultati.

Occorre avere l'accortezza di considerare che nella ricerca del 1997, dopo aver censito gli abusivi nelle loro attività di vendita, con osservazione diretta – come nel presente caso – si è proceduto ad una estera *survey*, cioè alla raccolta di circa 500 interviste, pari a circa una ogni quattro ambulanti abusivi incontrati, ovvero il 25% del totale.

Nella presente ricerca motivi di tempo e di mezzi non consentivano una *survey* altrettanto estesa. Sono stati però ascoltati, con brevi interviste sul posto o con storie di vita estese, circa 100 soggetti che vendevano in spiaggia, pari a circa uno ogni cinque venditori, ovvero il 20% del totale. I risultati ottenuti in questo modo sono ovviamente meno sistematici di quelli di una *survey* estesa, ma forniscono ugualmente indicazioni utili a convalidare la stima delle presenze per nazionalità,

per tipo di vendita effettuata e per condizione personale, documentaria e non solo, e sociale, ottenuta attraverso l'osservazione diretta.

Dal punto di vista quantitativo, è facile dunque constatare come in questi ultimi 10/12 anni il fenomeno della vendita in spiaggia da parte di venditori abusivi o semi-abusivi, e in parte regolari, non sia dunque cambiato in maniera rilevante al livello dei soggetti e delle presenze coinvolti, né della distribuzione e concentrazione delle loro attività sull'arenile.

Occorre precisare che, parlando di venditori "abusivi o semi-abusivi e in parte regolari", si intende l'insieme di tutti i soggetti e le presenze rilevati sull'intero arenile riminese in quanto svolgenti attività commerciali, ad esclusione di quanti operavano sull'arenile stesso in quanto dipendenti o collaboratori dei bagni; di quanti operavano in bar e ristoranti a impianto fisso; e dei fornitori di servizi strettamente connessi ai bagni, come il noleggio di mezzi nautici e affini. Sono stati invece inclusi tutti i venditori ambulanti in spiaggia, anche quelli con postazione semi-fissa e con autorizzazione stagionale o temporanea da parte del Comune di Rimini; anche coloro che vendevano in modo itinerante beni alimentari quali le bevande e gli *snacks* dei servizi di ristoro mobili e il cocco; e coloro che offrivano altri servizi, come le fotografie effettuate in postazioni fisse o mobili. Tutti questi soggetti rientrano nel totale dei 500-510 individui da noi considerati. Ne rimangono esclusi solo quei soggetti che esercitano in spiaggia un servizio di volantaggio per pubblicizzare iniziative dei bagni stessi o di altri locali riminesi e non. Abbiamo ritenuto infatti che una tale attività, pur configurandosi sicuramente come un tipo di occupazione informale, forse irregolare, appartenesse più alla "famiglia" delle attività legate ai bagni che non a quella delle attività da questi indipendenti. Queste precisazioni, corrispondenti ad altrettante scelte operative che è stato via via necessario operare sul campo, rendono evidente l'intreccio delle diverse attività economiche e commerciali, formali e informali, regolari e irregolari o abusive, che si esercitano sull'arenile. Il lavoro di osservazione diretta sul campo in se stesso mostra come non sia facile operare delle distinzioni e delle categorizzazioni precise all'interno di un tale intreccio. La nostra scelta è stata di attenerci quanto più possibile ai criteri sopra indicati, e dunque di fare attenzione al tipo di attività prima e più che alla nazionalità o alle condizioni personali (anche documentarie) dei soggetti. Nel totale dei 500-510 soggetti da noi rilevati ci sono dunque ad esempio degli italiani (tra i venditori di cocco, o di bibite e *snacks*; tra i fotografi; tra i venditori di abbigliamento o altro in postazioni semi-fisse) come pure dei cittadini immigrati titolari di licenza in quanto esercenti autorizzati sull'arenile in postazioni semi-fisse. Complessivamente queste situazioni di semi-abusivismo o anche regolari sono risultate 38, pari al 7,44% del totale dei soggetti rilevati. Se dunque si considerano solo i venditori ambulanti immigrati effettivamente o presumibilmente abusivi, si scende ad un totale di 470-475 soggetti.

Si tratta davvero, come si diceva, di un fenomeno abbastanza contenuto e di certo stabile nel tempo. Eppure da più parti lo si descrive come in costante mutamento, ricorrendo talora a toni preoccupati ed allarmati.

Se un mutamento c'è stato in realtà è come si vedrà non tanto al livello delle presenze e della concentrazione, quanto soprattutto delle provenienze dei venditori per nazionalità; del loro diverso rapporto (di stanzialità o meno) con la città di Rimini; della diversità dei beni e dei servizi che offrono.

I mutamenti che abbiamo potuto registrare sono cioè qualitativi, non quantitativi.

Questo spiega come in effetti abbia ragione sia chi respinge posizioni allarmate e allarmanti, ritenendo che il fenomeno non sia in aumento e sia sostanzialmente sotto controllo, sia chi al contrario ritiene che vi siano mutamenti significativi e dunque motivi di preoccupazione.

Al primo livello va considerato che è vero che il fenomeno è sotto controllo e che se la sua sostanziale stabilizzazione numerica è dovuta probabilmente a ragioni di mercato, e ad una certa saturazione dello stesso, essa è di certo dovuta anche all'azione di controllo e repressione esercitata dalle Forze dell'ordine, sia in sede locale sia in coordinamento con le autorità delle località vicine.

Al secondo livello va osservato che effettivamente il fenomeno è mutato dal punto di vista della provenienza dei venditori, del loro radicamento in città e dei beni e servizi che offrono e che questo può destare una comprensibile preoccupazione, come avviene di fronte ad ogni mutamento percepibile nei propri ambienti di vita e di lavoro. E che esiste un problema concreto connesso a tali mutamenti qualitativi, che è la necessità di allacciare *ex novo* rapporti e relazioni adeguati con questi lavoratori spesso solo temporaneamente ospiti della realtà riminese.

Nelle pagine che seguono si procede al confronto tra le provenienze dei venditori in spiaggia e tra i tipi di beni e servizi offerti, più o meno abusivamente, nella ricerca resa nota nel 1997 e in questa rilevazione.

9.3 I venditori ambulanti sull'arenile riminese al 2008 per nazionalità di provenienza

Prendendo come riferimento l'ultima rilevazione effettuata per la ricerca del 1997, relativa al mese di settembre 1996, il 43% delle provenienze (presunte) dei venditori rilevati risultava proveniente dal Senegal; il 21% dal Maghreb; il 15% da paesi asiatici; il 14% dal Pakistan; il 6% dall'Italia; l'1% da paesi dell'est-Europa.

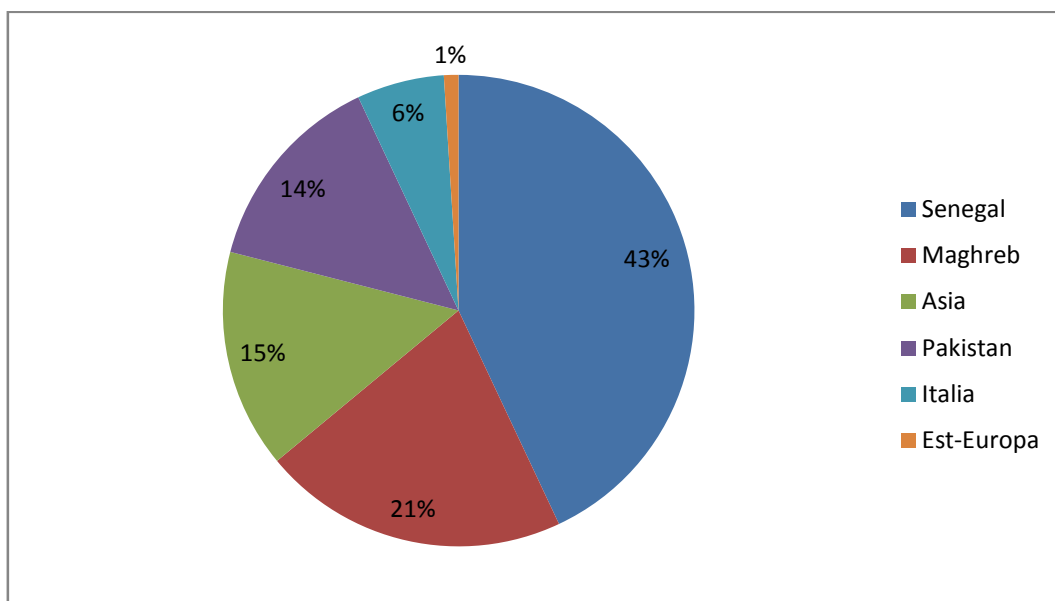


Figura 22 – RILEVAZIONE DELLE PRESENZE PER NAZIONALITA' DI PROVENIENZA (presunta) AL SETTEMBRE 1996 (CITTA' SICURE, 1997)

Rispetto alla precedente rilevazione compiuta dagli stessi ricercatori, nel settembre 1995, era diminuita la percentuale dei senegalesi (da 50 a 43%), dei maghrebini (da 25 a 21%), degli italiani (da 8 a 6%); restavano stabili (all'1%) i provenienti dall'est-Europa; aumentava la percentuale dei pakistani (dal 4 al 14%) e degli altri asiatici (dal 12 al 15%).

Nella zona di Rimini, al settembre 1996, i venditori senegalesi e asiatici arrivavano a comporre l'89% delle presenze rilevate (rispettivamente senegalesi 51%, asiatici 38%).

Nella presente rilevazione, condotta nel luglio-agosto 2008 sul solo arenile riminese, le provenienze presunte o accertate dei venditori in spiaggia risultano soprattutto asiatiche. La percentuale dei provenienti dall'Asia sale infatti al 53,61% (nel 1996 era complessivamente, lungo tutta la riviera emiliano-romagnola, del 29%; e del 38% nel solo tratto riminese). Si tratta di provenienti dalla Cina (19,17%), dal Bangladesh (15,65%), dall'India (7,44%), dal Pakistan e dagli altri paesi asiatici (11,35%). Seguono i provenienti dal Senegal e dall'Africa sub-sahariana, che si attestano sul 25,05%, mentre nella rilevazione del settembre 1996 erano il 43% lungo tutta la riviera, e il 51% a Rimini. Un calo analogo si ha nel caso dei provenienti dal Maghreb, che risultano essere il 9,39%, mentre nella rilevazione del settembre 1996 su tutta la riviera erano il 21%. Va però tenuto presente che nel solo tratto riminese i maghrebini al settembre 1996 risultavano il 7%, e quindi in sede locale ci sarebbe stato un lievissimo aumento percentuale. Nel caso degli italiani, per i quali non si dispone del dato relativo al solo tratto riminese per la rilevazione del settembre 1996, l'incidenza percentuale delle

presenze al luglio-agosto 2008 è stata del 8,61%, rispetto a quella del 6% rilevata lungo tutta la riviera nel settembre 1996. Accanto a queste, ci sono nelle nostre rilevazioni un 2,54% di provenienze non identificate e uno 0,78% di altre provenienze (musicanti latino-americani).

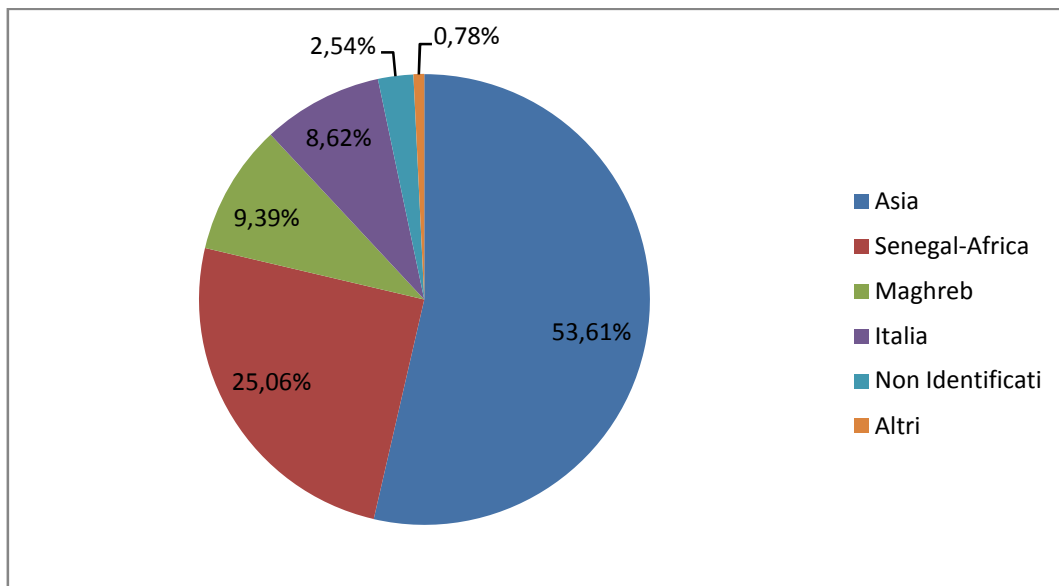


Figura 23 - RILEVAZIONE DELLE PRESENZE PER NAZIONALITA' DI PROVENIENZA (presunta o dichiarata) AL LUGLIO - AGOSTO 2008

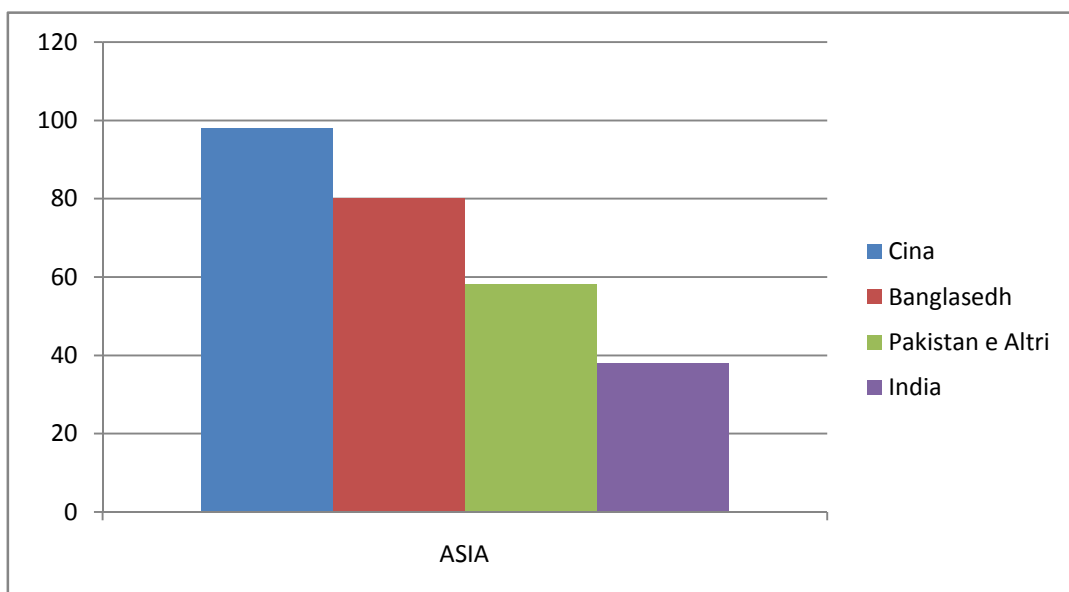


Figura 24 - PROVENIENTI DALL'ASIA PER PAESI DI PROVENIENZA AL LUGLIO - AGOSTO 2008

E' interessante confrontare questo mutamento nella composizione della popolazione immigrata che vende in spiaggia, più o meno abusivamente, con il mutamento nella composizione della popolazione immigrata nella regione e in Italia. Per condurre adeguatamente questo confronto sarebbe stato necessario disporre dei dati sui soggiornanti per nazionalità alle diverse date: non potendo però disporre di tali dati si è ritenuto significativo anche il confronto con la composizione dei residenti immigrati in regione e nel paese al 1997, al 2003, al 2007 (Istat, 2007). Va tenuto presente che questo confronto ha valore soltanto indicativo, perché larga parte di coloro che vendono in spiaggia non sono residenti nel comune di Rimini né talvolta in Emilia Romagna. Ciò nonostante l'andamento nel tempo della composizione per nazionalità dei cittadini residenti nella regione e nel paese aiuta a rilevare l'andamento dei flussi migratori e fornisce pertanto delle indicazioni utili al nostro lavoro.

Per quanto riguarda l'Emilia Romagna, per la quale si dispone solo dei dati aggregati per macro-aree geografiche, il totale dei cittadini stranieri residenti è passato da 70.568 al 1997 a 163.838 al 2003, a 318.076 al 2007 (al 1° gennaio di ciascun anno). L'incidenza percentuale dei provenienti dall'Asia ha subito lievi oscillazioni, passando dal 16,05% nel 1997 al 18,64% nel 2003 al 17,97% nel 2007 (pur essendo aumentati in termini assoluti da 11.324 a 30.543 a 57.159). Si è invece consistentemente ridotta l'incidenza percentuale dei provenienti dall'Africa, che sono passati dal 45,16% del 1997, al 41,04% del 2003, al 34,53% del 2007 (pur essendo passati in termini assoluti da 31.872 a 67.244 a 109.857).

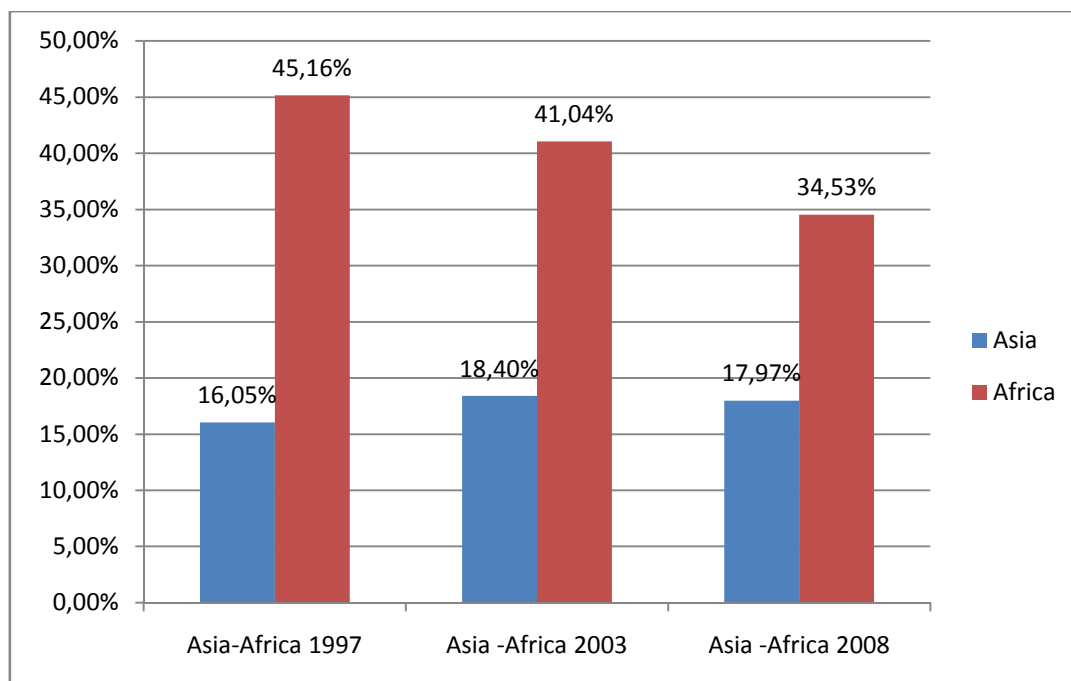


Figura 25 – INCIDENZA PERCENTUALE DEI PROVENIENTI DALL'ASIA E DALL'AFRICA SUL TOTALE DEGLI IMMIGRATI RESIDENTI IN EMILIA-ROMAGNA AL 1997, 2003, 2007

L'andamento al livello nazionale, per macro-aree, si presenta analogo pur con scarti minori. Su un totale di cittadini stranieri residenti in Italia pari a 884.555 nel 1997, 1.549.373 nel 2003, 3.432.651 nel 2007, gli asiatici sono passati percentualmente dal 17,07% al 17,99%, al 16,08%, mentre gli africani sono passati dal 33,50% al 29,98% al 23,25% (pur essendo aumentati gli asiatici in cifre assolute da 150.995 a 278.749 a 551.985 e gli africani da 296.344 a 464.583 fino a 597.997). Bisogna calcolare che in questo lasso di tempo è consistentemente aumentata la cifra assoluta e l'incidenza percentuale degli europei sul totale dei cittadini stranieri residenti: questi sono infatti passati da 345.468, pari al 39,05% nel 1997, a 659.721 pari al 42,57% nel 2003, fino a 1785.870, pari al 52,02% nel 2007.

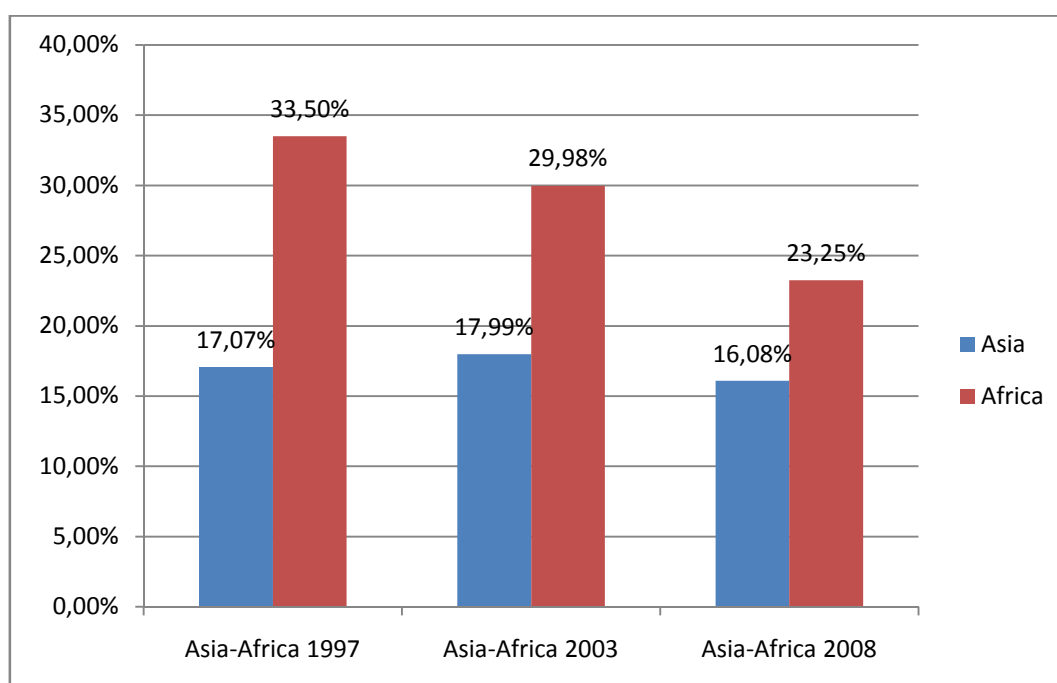


Figura 26 - INCIDENZA PERCENTUALE DEI PROVENIENTI DALL'ASIA E DALL'AFRICA SUL TOTALE DEGLI IMMIGRATI RESIDENTI IN ITALIA AL 1997, 2003, 2007

E' interessante seguire l'andamento nel tempo relativo alla provenienza da alcuni paesi in particolare. Tra quelli asiatici si nota una crescita costante della presenza cinese, che passa da 25.963, pari al 2,93% del totale nazionale nel 1997, a 69.620, pari al 4,49% nel 2003, a 156.519, pari al 4,56% nel 2007, con un incremento tra queste ultime due date del 55,52%. Analogo l'incremento dei provenienti dal Pakistan, che erano 7.061, pari allo 0,80% nel 1997, 22.157, pari all'1,43% nel 2003, 49.344, pari all'1,43% nel 2007. Anche i provenienti dall'India aumentano in maniera lenta e costante, con un incremento 2003-2007 del 54,13%, mentre i provenienti dallo Sri Lanka aumentano in misura inferiore, con un incremento 2003-2007 del 44,03%. Significativo è invece l'aumento dei

provenienti dal Bangladesh, che erano 8.068, pari allo 0,91% del totale italiano nel 1997, 20.607, pari all'1,33% nel 2003, e 55.242, pari all'1,61% nel 2007, con un incremento tra queste due date del 62,70%.

Più lento e meno significativo percentualmente l'incremento dei provenienti dall'Africa, dal Maghreb e dall'Africa sub-sahariana. Nel caso del Marocco, ad esempio, i cui cittadini rappresentano una parte significativa dell'immigrazione straniera in Italia, si è passati da 117.487, pari al 13,28% del totale della popolazione immigrata residente al 1997, a 215.430, pari al 13,90% nel 2003, a 365.908, pari a 10,66% nel 2007, con un incremento 2003-2007 del 41,12%. Alle stesse date i provenienti dal Senegal sono passati da 25.737, pari al 2,91%, a 37.204, pari al 2,40%, a 62.620, pari all'1,82%, con un incremento percentuale relativo alle ultime due date del 40,58%.

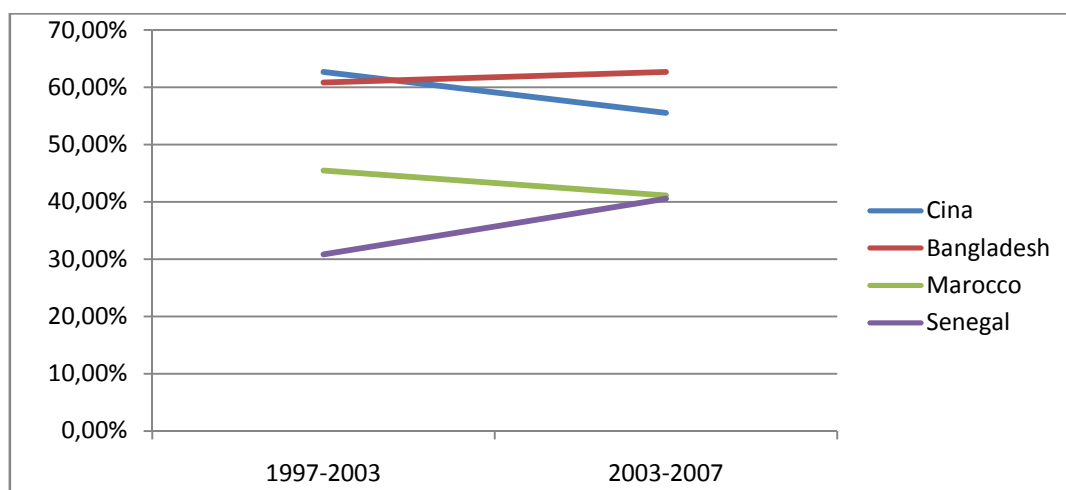


Figura 27 – CRESCITA PERCENTUALE DEI PROVENIENTI DA ALCUNI PAESI NEL PERIODO 1997-2003 E NEL PERIODO 2003-2008

Nella provincia di Rimini al 1991, 2000, 2008 i provenienti dal Marocco sono passati dal 2% al 7%, al 5,9%, e i provenienti dal Senegal dall'1%, al 7% al 5,2% sul totale degli stranieri residenti.

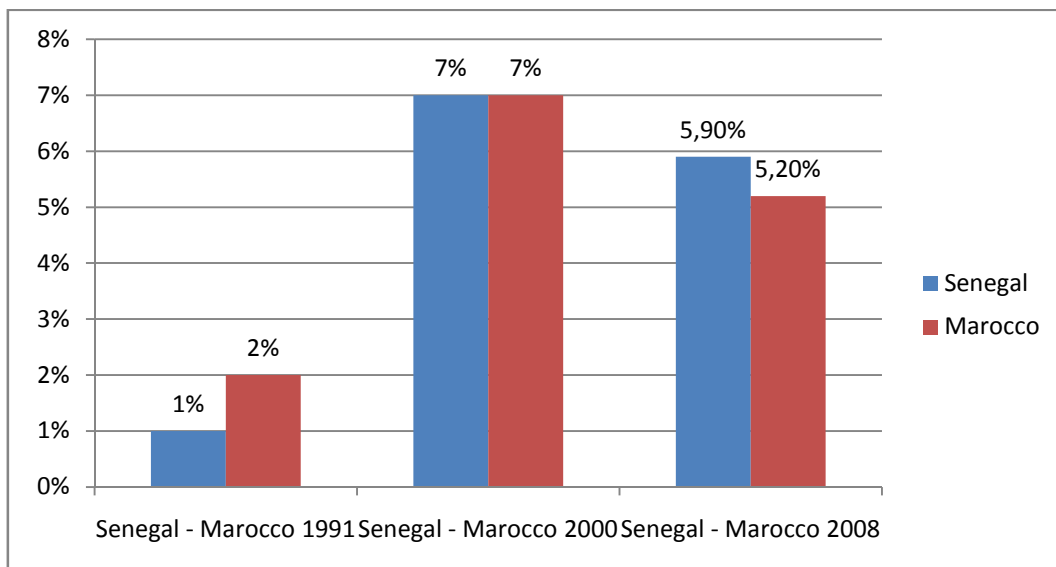


Figura 28 - PERCENTUALE DEI PROVENIENTI DA ALCUNI PAESI SUL TOTALE DEGLI IMMIGRATI RESIDENTI A RIMINI AGLI ANNI 1991, 2000, 2008

Come si nota dunque su scala sia regionale, sia nazionale, sia pure provinciale, la composizione per nazionalità della popolazione immigrata residente conosce un andamento che aiuta a spiegare, almeno in parte, il mutamento nella composizione per nazionalità dell'insieme di coloro che vendono in spiaggia.

Tale mutamento non è del tutto spiegabile con il solo andamento dei flussi migratori al livello regionale, nazionale, provinciale: infatti, ad esempio, non si nota alcun significativo aumento di venditori in spiaggia provenienti dai paesi europei ed est-europei, paesi dai quali è venuta una parte sempre più rilevante della popolazione immigrata in Italia e anche a Rimini, in termini sia assoluti sia percentuali.

E' però altrettanto evidente che il mutamento della composizione per nazionalità dei venditori in spiaggia è anche intimamente connesso all'andamento di tali flussi: così ad esempio nel caso dei provenienti dal Senegal, la cui presenza fra i venditori in spiaggia risulta diminuire al consolidarsi della loro condizione di immigrati in Italia. Ma così pure nel caso dei provenienti dal Bangladesh, la cui presenza tra i venditori in spiaggia aumenta significativamente all'aumentare dei flussi migratori in direzione dell'Italia da quel Paese. Paese nel quale peraltro, come si è detto nei capitoli precedenti, il commercio ambulante e la vendita in strada, di cibo e non solo, costituiscono da sempre una risorsa per quanti si spostano dalle campagne alla città, o da una zona all'altra di questa, o nei paesi limitrofi. È dunque abbastanza facilmente comprensibile che in parte quanti arrivano dal Bangladesh, siano essi già in condizione regolare dal punto di vista del soggiorno o non lo siano ancora, trovino una prima occupazione, almeno stagionale, vendendo in spiaggia.

È altrettanto comprensibile, dal punto di vista sociologico e anche semplicemente umano, che tra la popolazione residente, forse tra i turisti, di certo fra gli addetti ai lavori, questo mutamento nella composizione percentuale per provenienza dei venditori in spiaggia – che peraltro come si è detto rimangono quantitativamente stabili nel tempo – desti sorpresa, in certi casi preoccupazione, comunque l'impressione di un fenomeno non completamente controllato. Tanto più che la popolazione immigrata dei venditori in spiaggia conosce un mutamento interno, per composizione quanto alla provenienza, al genere, all'età, che non è lo stesso rispetto a quello della popolazione immigrata residente in città.

Si potrebbe ipotizzare anche, forse, che molti tra i residenti e tra gli addetti ai lavori si fossero aspettati che il fenomeno della vendita abusiva in spiaggia sarebbe andato declinando al crescere della stabilizzazione e dell'integrazione degli immigrati nel nostro Paese e nella Città di Rimini. E così per buona parte è effettivamente accaduto ad esempio nel caso di molti senegalesi. Ma non ci si può dimenticare che il nostro Paese è ormai un paese di immigrazione, e che è assolutamente normale che una località turistica come Rimini attragga anche popolazione immigrata. Del resto è noto che, soprattutto in certi periodi dell'anno, la popolazione presente a Rimini cresce considerevolmente e si arricchisce di una varietà di attività economiche anche informali, in taluni casi irregolari, che coinvolgono una pluralità di soggetti, uomini e donne, giovani e anziani, italiani e non. Si tratta di attività a volte stagionali, a volte solo temporanee o occasionali, che l'industria del turismo richiede espressamente o che vengono intraprese da soggetti vari in maniera più o meno spontanea. Non stupisce che anche tra gli immigrati, magari di recente immigrazione, la stagione turistica a Rimini possa rappresentare una occasione di questo genere. In effetti, nella nostra indagine, abbiamo incontrato molti che erano in Italia appena da qualche mese, un anno al massimo.

C'è qui un nodo anche concettuale da affrontare: l'idea secondo la quale qualunque mutamento, sia pure solo qualitativo e non quantitativo, sia indicativo di una situazione fuori controllo. Non è così. I dati fin qui esposti sull'andamento delle provenienze degli immigrati in Italia, in Emilia Romagna, a Rimini, mostrano come, ad esempio, si sia riusciti a contenere l'immigrazione cosiddetta extracomunitaria a vantaggio di quella comunitaria. Di certo in un mondo globalizzato non si potranno contenere del tutto ed indirizzare a piacimento i diversi flussi migratori, tanto più che in questi anni il nostro Paese ha mostrato di avere bisogno degli immigrati per ragioni sia demografiche sia economiche. Il fatto che durante la stagione estiva, sull'arenile riminese, alcuni trovino una prima occupazione temporanea, oppure una occupazione di nicchia, non sembra dover scandalizzare nella misura in cui queste attività non divengono attività effettivamente illegali, dannose, di contraffazione o altro.

9.4 I venditori ambulanti sull'arenile riminese al 2008 per sesso, età, e tipo di servizi e di beni offerti

Ma quali attività esercitano effettivamente gli ambulanti in spiaggia? Quali attività sono abusive a tutti gli effetti? Quali illegali, riguardando merce contraffatta? Come è cambiato dal 1997 il panorama dei venditori e delle loro attività?

Nell'accingersi a rispondere a quest'ultimo insieme di domande occorre richiamare il fatto che si è scelto di rilevare tutte le attività di carattere commerciale svolte sull'arenile ad eccezione di quelle gestite da, o strettamente connesse a, i bagni riminesi. Questo significa che tra i 500-510 soggetti da noi considerati ci sono anche, come si è detto, esercenti autorizzati, italiani e stranieri, con postazioni semi-fisse sull'arenile, che in genere vendono articoli di abbigliamento o percorrono la spiaggia con il loro carrello-bar, o ancora offrono fotografie presso postazioni panoramiche oppure girando fra gli ombrelloni. Non è detto che tutti costoro esercitino la loro attività in maniera pienamente regolare; non è detto, ad esempio, che tutti emettano regolari ricevute fiscali. Ma dal punto di vista della loro presenza sull'arenile sono soggetti pienamente legittimati ai sensi di legge. È significativo che quelli tra di loro che sono immigrati – in genere dalla Cina o dal Maghreb – esibiscano con orgoglio il loro tesserino di autorizzazione. Colpisce anche il fatto che siano questi stessi venditori i più puntuali nel rilasciare le ricevute fiscali.

Complessivamente, sul totale delle vendite di beni e servizi da noi rilevare, con i criteri sopra indicati, le attività di questi esercenti autorizzati incidono per l'9,05%.

Il rimanente 90,95% delle attività commerciali ambulanti da noi rilevate sull'arenile si può dire variamente abusivo. Questo nel senso che chi esercita tali attività non è autorizzato ad esercitarle, ovvero ad esercitarle sull'arenile. Ciò non significa che questi venditori siano irregolari dal punto di vista della loro presenza in Italia, cioè sprovvisti di permesso di soggiorno, cosa che per quanto abbiamo potuto rilevare riguarda solo una minoranza di essi (tenendo conto del fatto che abbiamo brevemente intervistato circa uno ogni cinque venditori incontrati, possiamo stimare che si tratti del 14-15%). Significa o che non sono proprio autorizzati a vendere o che non sono autorizzati dalle autorità municipali a farlo sull'arenile.

I soggetti che vendono sono per lo più uomini: le donne incidono percentualmente per il 25,05%. E' però notevole il loro incremento percentuale se si considera che nell'indagine compiuta su tutta la riviera nel 1996 le donne erano appena il 7%. In quella indagine però veniva notato come la percentuale delle donne salisse al 36% tra i venditori di origine orientale. E i dati della nostra indagine confermano che la maggior parte delle donne da noi incontrate provengono dalla Cina o da altri paesi asiatici. Ad esse va aggiunta una minoranza

di donne senegalesi ed africane che fanno le trecchine e di donne italiane che vendono abbigliamento.

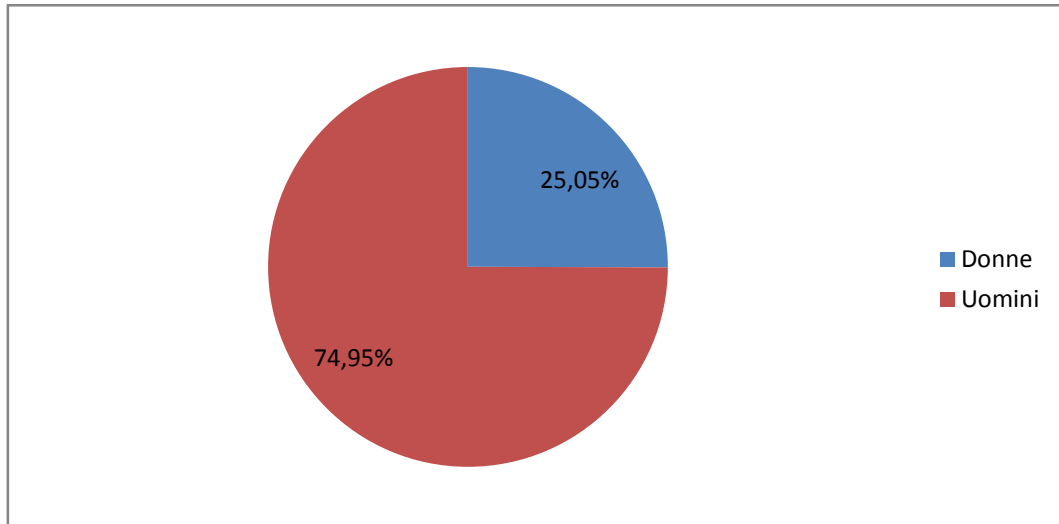


Figura 29 - PERCENTUALE VENDITORI IN SPIAGGIA PER SESSO AL 2008

Contenuta è la presenza di anziani al di sopra dei 60 anni, la cui incidenza percentuale è del 2,93% del totale, e si tratta per lo più di venditori maghrebini di asciugamani e ombrelli.

Molto modesta, infine, la percentuale dei bambini al di sotto dei 14 anni, che sono l'1,81% del totale, e si tratta di bambini italiani che vendono cianfrusaglie o di bambini asiatici che vendono aquiloni.

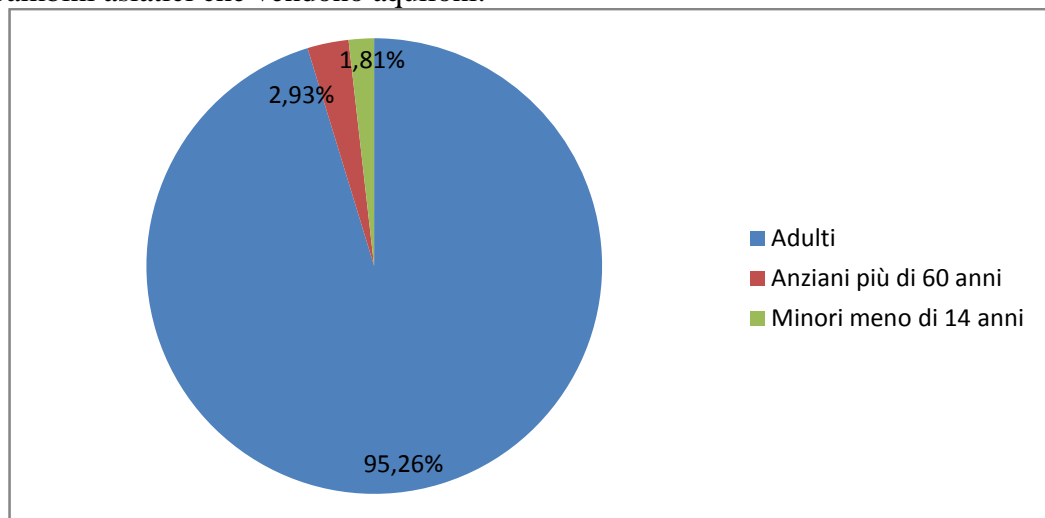


Figura 30 - PERCENTUALE VENDITORI IN SPIAGGIA PER ETA' AL 2008

Che cosa vende o che cosa offre la maggior parte di questi venditori ambulanti in spiaggia?

Qui emergono, come nel caso delle provenienze geografiche, dei dati che indicano un panorama alquanto mutato rispetto alla ricerca compiuta nel 1995-1996 su tutta la riviera. Acquista infatti un rilievo significativo l'offerta di "servizi" che in quegli anni non erano presenti o lo erano in misura molto modesta. Il 20,14% delle attività da noi rilevate, infatti, è composto dall'offerta di massaggi, che non era presente nel 1995 e incideva nel 1996 soltanto per il 3,5%. Analoga la situazione per quanto concerne l'offerta di tatuaggi che incide per il 18,10% sulle attività da noi rilevate e che non era presente né nel 1995, né nel 1996. C'è una certa preoccupazione che circonda questa offerta di "servizi": si sente ad esempio spesso l'altoparlante della Capitaneria di Porto che mette in guardia i bagnanti rispetto ai rischi di massaggi non fatti in maniera professionale. E qualcuno esprime preoccupazione anche per i tatuaggi, per quanto si tratti nella totalità dei casi di tatuaggi temporanei all'henné, che non dovrebbero arrecare danno. Colpisce comunque il forte incremento di queste attività rispetto alla vendita in spiaggia dei beni tradizionalmente venduti.

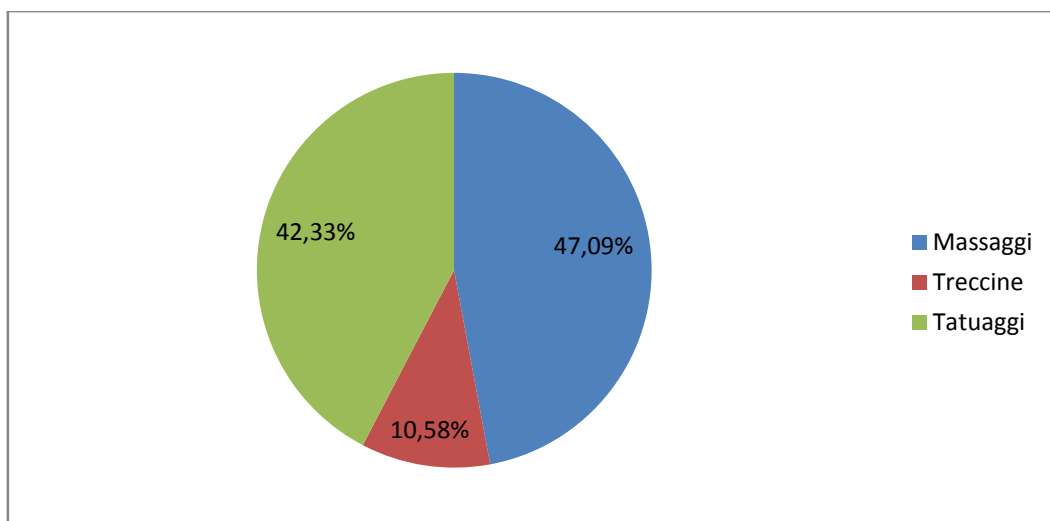


Figura 31 - COMPOSIZIONE PERCENTUALE DEL TIPO DI SERVIZI ABUSIVI OFFERTI SULL'ARENILE RIMINESE 2008

Se all'offerta di massaggi e di tatuaggi si aggiunge quella di treccine, che incide per il 4,52% sul totale delle attività da noi rilevate (con una consistente stabilità rispetto al 1995 e 1996, quando incideva rispettivamente per il 5,2% e per il 4,4%), si può constatare che ben il 42,76% di tali attività consiste nei "servizi" appena descritti.

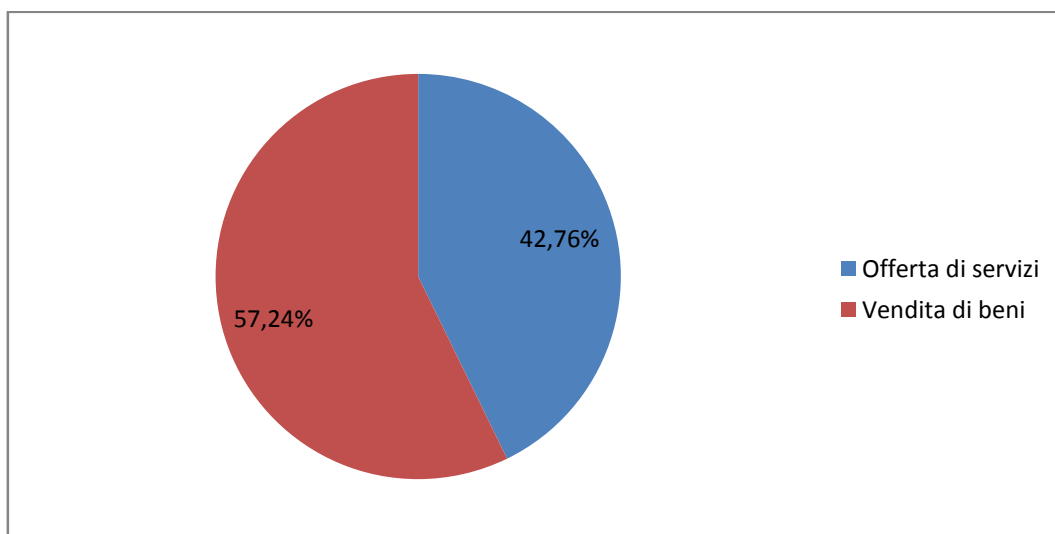


Figura 32 - COMMERCIO AMBULANTE ABUSIVO SULL'ARENILE DI RIMINI 2008 PER TIPOLOGIA

Per quanto concerne il rimanente il 57,24% delle attività rilevate, prima di procedere al descriverle confrontandole per quanto possibile con i dati rilevati dalla precedente ricerca del 1997 al 1995-1996, occorre fare una precisazione metodologica. In quella ricerca, infatti, è stato calcolato il peso percentuale dei tipi di merci prevalentemente presenti tra i venditori abusivi, considerando solo i prodotti venduti da almeno dieci ambulanti, su un totale di 1.815 venditori lungo tutta la riviera emiliano-romagnola. Considerando tali merci nel complesso è evidente che la somma delle percentuali ammonta a più di 100. Nella presente indagine, invece, si è ragionato non in base al tipo di merce ma in base all'attività commerciale, accorpendo anche merci diverse a seconda dell'attività del singolo venditore. In questo caso dunque l'incidenza percentuale è calcolata su un totale di 100 che comprende sia l'offerta di "servizi" sia la vendita di beni. Il confronto con la ricerca precedente, per quanto riguarda il tipo di merci vendute, è quindi puramente indicativo.

Nella nostra rilevazione il dato più significativo si riferisce alla vendita di vestiti e altri tessuti vari, che incide per il 15,39% del totale. Segue la vendita di minuterie varie, che incide per il 7,24%, e quella di asciugamani che incide per un ulteriore 5,43%. Ci sono poi: la bigiotteria (4,75%), la vendita dei giocattoli ed aquiloni (4,29%), la vendita di collanine (4,07%), di borse e portafogli (2,94%), di cocco (2,71%), di occhiali (2,49%), di ombrelli (2,26%), di cinture (1,58%) e l'offerta di musica e CD (1,58%). In percentuali ciascuna inferiore all'1% sono presenti anche la vendita di orologi, di artigianato tipico, di abbigliamento etnico ed argento.

9.5 Passaggi dei venditori ambulanti nell'arco della giornata

Quanto si è detto fin qui a proposito della distribuzione e della concentrazione dei venditori ambulanti sull'arenile rispetto alle diverse zone, subisce ovviamente variazioni a seconda dei tempi della giornata, esattamente come accade per la presenza dei bagnanti sull'arenile. La mattina presto è difficile incontrare ambulanti itineranti, così come avviene per le ore del pranzo e per il tardo pomeriggio. Gli unici che sono già presenti la mattina presto sono coloro che vendono in postazioni semi-fisse, tipo mercatino, presso i quali abbiamo constatato affluire molti dei bagnanti che sono già in spiaggia a quell'ora. Abbastanza presto aprono anche i venditori autorizzati delle postazioni fisse, che di solito chiudono le loro bancarelle per l'ora del pranzo e nel pomeriggio prolungano abbastanza il loro orario, così come i conduttori dei carrelli bar.

Per verificare la concentrazione dei venditori itineranti nel tempo, il 3 agosto 2008 abbiamo effettuato una rilevazione *ad hoc*, stando per circa cinque ore nello stesso bagno, collocato alla metà del Lungomare di Vittorio.

In quel lasso di tempo ci sono stati 83 passaggi, il che significa un passaggio ogni 3,22 minuti. Questo dato può colpire, quasi dare un senso di assedio o di "invasione". Ma non è così.

In realtà gli stili di vendita dei venditori abusivi itineranti sono molto diversificati e spesso discreti, alcuni passano soltanto lungo la riva, rivolgendosi a chi è lì. Altri passano tra gli ombrelloni ma nella maggioranza dei casi non cercano di richiamare l'attenzione sui loro servizi o sulle loro merci. Sono meno di 1/3 quelli che offrono attivamente, gli uni o le altre, rivolgendosi ai bagnanti.

Nello specifico, nel 59,04% di questi casi venivano offerti servizi, cioè massaggi o tatuaggi, con una media di 1 ogni 5,45 minuti. Per quanto abbiamo potuto constatare l'interesse e o l'acquisto avveniva in un caso ogni tre o quattro.

Nel rimanente 40,96% dei casi venivano offerti beni in vendita, con un passaggio ogni 7,85 minuti, e manifestazioni di interesse o acquisti in un caso circa ogni tre.

I beni offerti erano principalmente asciugamani (2,47%); minutaglie e merci varie (17,65%); occhiali e orologi (14,70%); cocco (14,70%); bigiotteria ed argento (11,76%); borse e cinture (5,89%); giocattoli (5,89%); sculture in legno (2,94%).

Se si esclude la vendita del cocco, che viene sonoramente annunciata a voce, come avviene talora nel caso degli asciugamani, in tutti gli altri casi i venditori sfilano per lo più silenziosi lungo la riva o tra gli ombrelloni, guardando accuratamente se qualcuno mostra interesse alle loro merci.

Si tratta per lo più di una presenza discreta, che appare abbastanza ben accolta sia ai bagnanti, sia agli operatori dei bagni. L'unico caso in cui uno di questi ultimi è apparso avere a che dire è stato quello in cui un venditore voleva lasciare i pacchi delle sue merci troppo vicino alle strutture del bagno.

Va notato che quando si considera solo questo tipo di vendita capillare itinerante la presenza di merci contraffatte sul complesso di quelle offerte scende al di sotto del 7%.

9.6 Alcune notazioni conclusive

Andando a confrontare, con le cautele di cui si è detto, questi dati con quelli precedentemente rilevati, emerge un calo notevole nel settore dell'abbigliamento e dei tessuti (che nel 1995 e 1996 incideva rispettivamente del 25,8% e del 28,5%), della bigiotteria (che incideva in quegli anni per il 28,4% e 51,9%), e soprattutto delle borse e portafogli (che incidevano allora per il 18,7% nel 1995 e per il 15,4% nel 1996).

Quest'ultimo dato appare particolarmente significativo perché è proprio nella vendita di borse e portafogli, oltre che in qualche altra attività minore, che si concentra la problematica della contraffazione delle merci. Nell'indagine del 1997, la scheda di rilevazione adottata prevedeva la segnalazione di eventuali merci a firma contraffatta. Si rilevò che tale fenomeno riguardava il 17% del totale dei venditori e interessava solo alcune tipologie di prodotti, ovvero borse e portafogli, jeans e pantaloni, magliette e camicie, profumi e creme, cinture-orologi e occhiali. Nella presente indagine è risultato che solo il 10% dei soggetti considerati vende anche o soltanto merce contraffatta. E si tratta soprattutto di borse e portafogli, di alcuni articoli di vestiario, di cinture-orologi e occhiali, e, mentre non si è incontrato nessuno che vendesse profumi e creme a firma contraffatta, ci sono stati due o tre casi di venditori di scarpe.

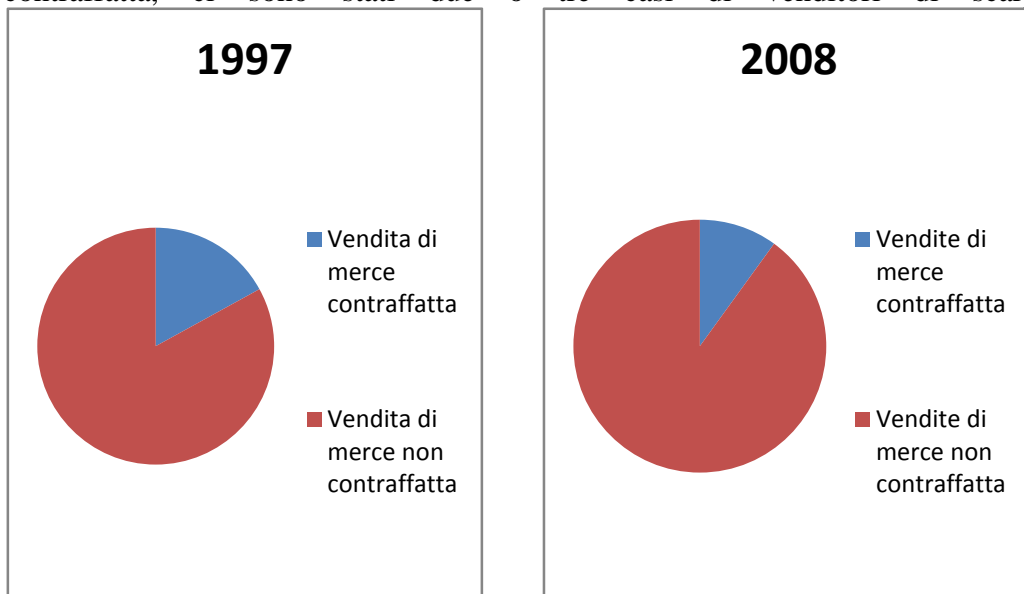


Figura 33 - CONFRONTO DELL'INCIDENZA PERCENTUALE DEI VENDITORI CHE OFFRONO (ANCHE) MERCE CONTRAFFATTA SUL TOTALE DEI VENDITORI IN SPIAGGIA AL 1997 E AL 2008

Quest'ultimo dato è particolarmente confortante, dal punto di vista delle politiche e delle azioni di controllo, contrasto e repressione dell'illegalità. Se infatti si è quasi dimezzato il numero dei soggetti che ancora vendono, in tutto o in parte, merce contraffatta, il volume di questo tipo di merci sul totale delle merci vendute incide in realtà pochissimo, meno del 6%. Questo significa che gli interventi mirati in questo senso, condotti lungo l'arco degli anni, hanno avuto l'effetto desiderato.

10. La percezione del fenomeno da parte degli operatori

10.1 La descrizione del fenomeno

Le finalità dell'indagine includevano l'analisi delle modalità di rappresentazione del fenomeno dell'abusivismo commerciale da parte dei testimoni significativi locali¹¹ (con particolare attenzione alle forze dell'ordine, chiamate ad intervenire per contrastare il fenomeno, e alle associazioni di categoria, che maggiormente avvertono la presenza dell'ambulato abusivo sentendosi toccate più direttamente negli interessi economici e commerciali) e di valutazione delle strategie di azione (nella duplice forma della repressione e della prevenzione) adottate al fine di governarlo. Come già anticipato nell'introduzione alla metodologia di indagine, tali giudizi ed atteggiamenti sono stati sondati mediante la realizzazione di una serie di interviste semi-strutturate con singoli attori locali e la conduzione di alcuni *focus group* che hanno coinvolto diversi testimoni significativi, garantendo la raccolta di informazioni ed al contempo lo scambio di opinioni ed il confronto reciproco.

Il commercio abusivo sul litorale è presente sin dai primi anni '50, quando, parallelamente allo sviluppo del turismo di massa sulla riviera romagnola, compaiono i primi venditori campani o calabresi, assumendo nel tempo maggiore consistenza, soprattutto ad opera dei flussi migratori: l'arrivo di nuovi gruppi e di nuove nazionalità concorre inoltre a rendere la situazione più visibile¹². L'andamento del fenomeno viene descritto così in costante aumento¹³, almeno dalla seconda metà degli anni '90 sino alle ultime annualità (dal 2004 al 2006), quando raggiunge, secondo gli intervistati, l'apice in termini di presenze sull'arenile, tanto da portarli a parlare di "escalation", "esplosione del fenomeno" o "assedio".

"l'abusivismo commerciale è un fenomeno di mercato nero che non nasce con l'immigrazione clandestina, era già presente negli anni '50/60 ad opera di napoletani e solo in seguito si è legato al fenomeno migratorio; per cui la classica associazione fra abusivismo commerciale e fenomeno migratorio è una aberrazione, una confusione" (focus 1)

¹¹ Si tratta di attori istituzionali, operatori locali che in virtù del ruolo svolto possono essere considerati vere e proprie fonti informative, ma anche parte in causa del fenomeno, concorrendo cioè a definirne le caratteristiche e ad orientarne gli sviluppi.

¹² Proprio l'elemento della visibilità rende tale attività anomala rispetto agli altri segmenti dell'economia informale/ irregolare, che tendenzialmente si circondano da un alone di mistero ed ambiguità e trovano dimora nelle segrete del sistema socioeconomico, intenzionalmente celato alle istituzioni e all'autorità.

¹³ Non manca però chi tratteggia l'abusivismo commerciale come "il classico tormentone estivo", rimarcando la costruzione mediatica del fenomeno in sé: "come riminesi siamo abituati al fenomeno dell'abusivismo che inizia sostanzialmente attraverso i media perché è molto strumentalizzato, se non ci fosse questa pressione da parte della stampa ci sarebbe ugualmente ma non raggiungerebbe i livelli che sembra raggiungere ogni anno. Non dico che c'è una responsabilità dei media, però in qualche modo l'opinione pubblica viene molto riscaldata da quello che legge" (intervista 15 – associazionismo).

“L’abusivismo rappresentava il classico tormentone estivo, d’estate non essendoci nulla in politica di rilevante si lascia spazio ad alcuni tormentoni che stagionalmente tornano, erano soprattutto le categorie economiche a prendersela con l’abusivismo commerciale. Il problema vero è sorto quando si è trasformato in problema della gente e non più solo delle categorie economiche, e questo ha dato vita ad interventi più incisivi, perché poi diventa anche un problema di convivenza, e si è verificato in occasione dell’assedio, quando cioè i numeri sono divenuti eclatanti, c’è stata un’evoluzione in poco tempo verso una condizione di assedio totale, attorno agli anni 2004-2006. Il fenomeno c’è sempre stato, ma era più un fenomeno legato più al venditore che passeggiava con la merce, perché non c’era ancora il marchio contraffatto, e poi la sera sulla passeggiata veniva stesa la merce a mo di negozio, ma l’invasione vera e propria è stata negli ultimi anni, anche in relazione al fenomeno migratorio, è un classico fenomeno di immigrazione. I primi immigrati erano i napoletani tanto è vero che i primi abusivi erano i napoletani, che sono stati condonati nel tempo, alcuni hanno oggi una postazione fissa sulla spiaggia ... Poi dopo sono arrivati i senegalesi e gli africani in genere, gruppi fortemente legati al mercato, abituati culturalmente alla contrattazione, i pakistani, i cingalesi e infine i cinesi. Comunque oltre al fenomeno migratorio non dimentichiamo anche l’assenza di regole, il fatto di potere acquistare prodotti firmati a 10-20 euro è un affare per tutti per cui c’è una domanda e un’offerta mostruosa e credo sia classico delle zone turistiche che mantengono anche quel bazar di negozietti dove la qualità di vendita a volte è inferiore a quella sulla spiaggia con i vu cumprà” (intervista 8 – attore istituzionale)

A parere degli intervistati, nel corso del tempo, il fenomeno è cresciuto di intensità ed è stato accompagnato da una diversificazione dell’universo dei venditori ambulanti per caratteristiche sociali ed etnie di provenienza. Le testimonianze raccolte distinguono così fra migranti irregolari, privi cioè del permesso di soggiorno, perché appena arrivati nel nostro paese o recentemente licenziati, che svolgono questa attività per mancanza di alternativa e necessità, e migranti regolarmente presenti nel territorio italiano, spesso occupati come operai nelle fabbriche del Nord e dediti alla vendita abusiva su spiaggia nel mese di chiusura delle stesse, a titolo di secondo lavoro. In quest’ultimo caso il commercio ambulante privo di autorizzazioni rappresenta una fonte di reddito aggiuntivo e risponde pertanto ad una logica di convenienza personale.

“Oggi sono pochi a scegliere di fare questa attività, per lo più clandestini o persone che non possono più lavorare o non riescono ad entrare nel mercato del lavoro regolare, per cui magari gli anziani. I giovani tendono a lavorare altrove e magari fanno questo come secondo lavoro, nel mese di agosto quando le aziende per cui lavorano sono chiuse oppure se hanno perso il lavoro o ancora se sono appena arrivati in Italia e stanno cercando un lavoro. Comunque bisogna considerare che per i senegalesi vendere è una questione di mentalità, il commercio per strada è usuale, le strade sono piene di merce, anche davanti ai magazzini, per cui c’è anche un aspetto culturale da non sottovalutare” (intervista 9 – associazione migranti)

“dobbiamo anche capire che a volte abbiamo immigrati che non riescono a trovare lavoro regolare, vuoi perché c’è questo effetto distorto fra permesso di soggiorno e lavoro, speravano di trovare qua condizioni migliori e non potendo trovare lavoro regolare, a volte l’unica cosa che trovano questa e quindi ricadono su questa attività. Per cui a volte anche in base a come facciamo le leggi consegniamo queste persone a questa rete, perché se hanno solo quello da poter fare...” (intervista 6 – associazione categoria)

“in una passata mappatura della confesercenti veniva precisata una specializzazione delle vendite in base alla porzione di spiaggia, laddove nelle zone più benestanti in cui si concentravano gli alberghi di lusso avveniva la vendita di merci contraffatte. Si trattava di lavoro nero, manodopera completamente non in regola, oppure di evasione totale o parziale degli aspetti contributivi. Negli ultimi anni invece l’abusivo è spesso regolare, scende dal Nord nel periodo estivo per svolgere una attività stagionale a titolo di secondo lavoro, per cui per molti prevale l’aspetto itinerante” (focus 1)

In merito ai paesi di provenienza dei commercianti abusivi stranieri, gli intervistati, oltre alle “storiche” aree africane del Senegal e del Marocco, affiancano quelle asiatiche del Bangladesh, dello Sri Lanka e della Cina, riconosciuti come territori dai quali provengono le persone di più recente immigrazione.

“dai primi senegalesi siamo passati ai bengalesi e ai cinesi, sono cambiate anche le provenienze che hanno ampliato nettamente la dimensione quantitativa del fenomeno” (testimone 3 – associazione categoria)

“le etnie che oggi la fanno da padroni sono cingalesi e senegalesi, poi c’è una robusta componente cinese. Comunque le etnie più interessate sono cingalesi e senegalesi: i cingalesi viaggiano di più sulla vendita di bigiotteria, mentre i senegalesi sono molto orientati alla contraffazione in generale, quindi cinture, borse, griff nazionali e non, la contraffazione è ancora una componente importante anche se in calo rispetto agli anni passati” (focus 2)

“Se prima erano quasi esclusivamente senegalesi, oggi la maggior parte delle presenze sono cingalesi e cinesi, con alcune peculiarità perché questi ultimi sono spesso clandestini, mentre i senegalesi no, spesso hanno un’occupazione e arrotondano in riviera, lo fanno come secondo lavoro, a volte sono locali e quindi da un punto di vista di ordine pubblico e di sicurezza non creano problemi, vendono merce non contraffatta e con loro c’è un dialogo. Con gli esterni invece no, la loro presenza si concentra nei mesi estivi, soprattutto in agosto. Per quanto riguarda le merci diciamo che riscontriamo quasi esclusivamente prodotti di abbigliamento, con una diminuzione della merce contraffatta” (intervista 12 – attore istituzionale/forze dell’ordine)

All’aumentare dell’entità e della varietà del fenomeno corrisponde anche una differenziazione degli ambiti merceologici proposti (con una sorta di specializzazione su base etnica): dai prodotti etnici alla bigiotteria, dalle merci contraffatte (borse, borsellini, cinture) all’abbigliamento, sino alla più recente offerta di servizi quali massaggi, tatuaggi o treccine nei capelli.

“Oggi il marchio contraffatto è quasi scomparso o comunque molto meno presente per la comparsa di altri prodotti: se i senegalesi ancora hanno prevalentemente marci contraffatti, i pakistani, cingalesi, bengalesi invece hanno bigiotteria, abbigliamento, mentre i cinesi oltre alla fabbrica vera e propria hanno questa gente che gira con giochini, pile e quant’altro, ma anche offrendo massaggi” (intervista 8 – attore istituzionale)

“la tipologia di merce venduta è differente in base all’etnia di provenienza: i bengalesi vendono bigiotteria, i senegalesi abbigliamento, i marocchini asciugamani, i cinesi giochini o prodotti contraffatti, soprattutto orologi” (focus 2)

“sono in numero infinito, esponenziale, accanto a quelli che trattavano l’oggettistica iniziale, di valore praticamente nullo, perché davvero si faticava a capire a cosa potesse servire, oggi troviamo coloro che vendono prodotti più concreti, come le borsette, le maglie, i vestiti, sino all’infinità di servizi come i massaggi, i tatuaggi, le treccine: voglio dire, l’offerta è ormai completa” (testimone 2 – associazione categoria)

“Oggi ci sono anche altre attività come i massaggi, che non vengono ancora percepiti come pericoli, quella parte è fortemente aumentata, anche perché c’è stato un ricambio di flussi migratori e i cinesi ormai hanno il primato di tutto il mercato illegale. Ma in questo caso si parla proprio di un problema di sicurezza personale perché si parla di carenze igieniche e nel caso dei massaggi ci sono anche pericolosità elevate visto che si vanno a toccare e manipolare specifiche parti del corpo” (focus 1)

L’abusivismo commerciale rimane latente nel periodo invernale, quando si contano nel territorio riminese alcune decine di venditori privi di licenza dislocati sui viali o nelle aree del mercato rionale, per esplodere nei mesi estivi, di giorno sulla spiaggia e di sera lungo la passeggiata.

“In inverno troviamo qualche locale con licenza ma in aree non regolari, extraterritoriali impegnati nella vendita di calzini o fazzoletti, in passato il loro numero era maggiormente rilevante per la presenza di venditori di merce contraffatta, che però oggi è stato molto ridotto per una serie di azioni ispettive, 10/15 unità senza permesso nel mercato rionale. In estate fioriscono situazioni diverse, anche negozietti che vendono bigiotteria, ‘robeta’, che sfruttano i propri connazionali mandandoli in giro sulla spiaggia a vendere, per cui un commercio indotto dai propri connazionali, si tratta per lo più di bengalesi che si spostano dalle grandi città sulle aree costiere. Abbiamo i senegalesi che non si accontentano del loro stipendio e quindi a fine settimana si riversano sulla spiaggia a vendere. In parte sono locali, in parte invece vengono da fuori, dal nord Italia quando le fabbriche in cui lavorano chiudono” (intervista 15 – forze dell’ordine)

“Il fenomeno è molto visibile e pervasivo perché l’abusivismo commerciale sul territorio di Rimini è una sorta di non stop che si esplicita, si esplica nelle ore diurne, mattutine e pomeridiane, prevalentemente sulla spiaggia, dove è concentrata una moltitudine di persone, la sera sui camminamenti a Rimini nord e Rimini sud dove si concentra la passeggiata serale dei turisti e delle persone” (intervista 4 – forze dell’ordine)

Ma come viene definito e percepito il fenomeno dai testimoni significativi interpellati?

I commercianti richiamano, nelle loro osservazioni, la concorrenza sleale nei confronti del commercio regolare ed autorizzato: l’abusivismo in quest’ottica, offrendo prodotti a prezzi convenienti, sottrae quote di mercato agli esercenti locali ed arreca loro un danno economico. La slealtà della concorrenza aumenta se le merci sono di provenienza illegale o contraffatte: in questi casi, il commercio di prodotti griffati a prezzi decisamente più bassi rispetto agli originali, oltre a riflettersi sulle aziende private in termini di riduzione delle vendite e di diminuzione del fatturato, agisce a livello di costi sociali, dato che i risparmi effettuati riguardano sia i costi del prodotto, sia i costi del lavoro (con la totale evasione delle spese previdenziali e contributive dei propri dipendenti, nonché

dell'imposizione fiscale). Queste risultano le principali argomentazioni a sostegno dell'associazione fra commercio abusivo e concorrenza sleale.

“il cittadino spesso non ha la consapevolezza, ignora o preferisce ignorare cosa rappresenta veramente l'abusivismo, il fatto che si ripercuote sull'intera economia, configurandosi come una forma di concorrenza sleale per gli esercenti locali” (testimone 3 – associazione categoria)

“diciamo che se nasce come fenomeno di folklore, però negli ultimi anni è cambiata anche la merce offerta e quindi è divenuto un meccanismo di concorrenza sleale verso i commercianti locali, da cui la ribellione degli stessi” (focus 1)

Il danno economico può riversarsi, secondo gli intervistati, sull'intero contesto riminese, laddove la forte presenza del fenomeno può ledere l'immagine della riviera locale come luogo ideale della vacanza familiare, contraddistinta da quiete e ristoro. E infatti, seppure alcune precedenti indagini (Catanzaro, Nelken, Belotti, 1997; Catanzaro, Nelken, 2007; Osservatorio provinciale sulla sicurezza urbana, 2002) abbiano registrato una non marcata insofferenza da parte dei turisti verso la vendita abusiva in spiaggia, percepita in realtà come una valida opportunità per l'acquisto occasionale di beni a basso prezzo, e abbiano rilevato la cristallizzazione di rappresentazioni sociali che tendono a descrivere gli ambulanti come folcloristici animatori della vita di spiaggia, i nostri interpellati enfatizzano al contrario il fastidio arrecato dalla presenza costante degli abusivi. Secondo una tale prospettiva di osservazione, i venditori disturbano i turisti, creano disagio ed intralcio, turbano la tranquillità e il riposo su cui si fonda l'estate delle famiglie: il fenomeno dell'abusivismo verrebbe così a svilire l'immagine della riviera riminese.

“In spiaggia c'è una condizione diversa e superiore rispetto a quella che si può trovare in una città dove la gente nella maggioranza dei casi è lì a passeggiare, il turista in spiaggia è in totale relax, indifeso, inerme, nudo, in quel momento non ha difese e pertanto mostra una maggiore disponibilità ed apertura ... Negli anni però il fenomeno era arrivato a livelli insopportabili dal punto di vista della società, di chi voleva stare in relax e in tranquillità sulla spiaggia, ad esempio non era più praticabile la battigia, quei 5 metri dedicati al passeggio erano totalmente occupati da una distesa di bancarelle per cui bisognava passare o dall'acqua o in mezzo agli ombrelloni con difficoltà notevoli” (testimone 3 – associazione categoria)

“Un fenomeno che va parallelamente affrontato è quello della libertà stessa del turista: ci sono zone davvero piene di venditori e quindi diventa una questione di libertà personale” (testimone 1 – associazione categoria)

Alcune voci si discostano da questa immagine, mettendo al contrario in luce come la componente del commercio abusivo sul litorale sia considerata dall'immaginario collettivo parte integrante dell'offerta turistica e ricreativa della spiaggia di Rimini, tanto da attrarre addirittura nuovi segmenti di popolazione balneare.

“Il turista che vive tutto il giorno sulla spiaggia riminese vede nella possibilità di comprare sull’arenile un motivo di svago” (intervista 5 – forze dell’ordine)

“per i turisti che vengono qua la presenza degli abusivi è divertente, direi che attira proprio i turisti, probabilmente alcuni se fosse completamente eliminato il commercio ambulante abusivo in spiaggia non verrebbero più sulla nostra riviera. Ai turisti piace l’ambiente che si crea sulla spiaggia, non credo neanche che sia una questione legata al prodotto venduto” (intervista 9 – associazione migranti)

“Quale è l’approccio e il rapporto di tutta la componente sociale con il fenomeno, quello è un altro problema, nel senso che non mancano forme di solidarismo anche esplicitato, nel 2006 ad esempio, io non era ancora qui, ci fu una sorta di ribellione da parte dei bagnanti nei confronti dei colleghi che facevano questa attività di repressione in spiaggia, negli ultimi 2 anni non ci sono state queste manifestazioni però non ho difficoltà a dirvi che in spiaggia, senza ovviamente generalizzare il concetto, perché ci sono posizioni diversificate, comunque tendenzialmente il bagnante non lo vede come un problema rilevante, anzi magari ti dice ‘Perché non andate a perseguire i veri delinquenti, questi in fondo lavorano’, questo solidarismo della spiaggia è abbastanza diffuso. Addirittura siccome sono residente qui e frequento la spiaggia riminese, il bagnino del mio bagno non ha avuto difficoltà a dirmi che alcuni bagnanti nelle ore in cui venditori dopo un’azione di contrasto si allontanano dal litorale chiedono come mai non si vedono, dimostrando l’intenzione di comprare qualcosa, poi le ragioni possono essere diverse: sicuramente una delle tante ipotesi, quella che si fa sempre più strada nel momento in cui la crisi economica prende maggiormente piede, è la modicità dei prezzi al di là di tutto, stiamo parlando comunque di prezzi che sono assolutamente accessibili, parei a 2/3 euro, quindi al di là del solidarismo c’è anche una sorta, io arrivo a dire anche contro i miei stessi interessi, che molto spesso nell’immaginario collettivo Rimini come luogo turistico è vista anche con la componente dell’abusivismo commerciale” (intervista 4 – forze dell’ordine)

Il sentimento di solidarietà che la testimonianza sopra riportata sottolinea, è identificato come il principale movente dell’accettazione del fenomeno da parte della società locale e dei villeggianti, un sentimento spesso accostato ad un *“falso buonismo”* che si connette alla difesa del più debole. Ne sono manifestazione affermazioni come *“poverino, fa tenerezza”*, *“deve pur mangiare anche lui”*. Un atteggiamento pericoloso, secondo l’opinione di alcuni intervistati, che *“ha ottenuto maggiore presa nella società rispetto a quei pochi che sin dall’inizio cercavano di mettere in guardia sulle conseguenze che sarebbero derivate da un non intervento”*. Addirittura un intervistato definisce il fenomeno dell’abusivismo commerciale a Rimini *“un sistema organizzatissimo e colossale”*. Il commercio abusivo diviene così, nella percezione di parte dei testimoni intervistati, un problema di ordine pubblico e di sicurezza, tanto da suscitare sempre più forti richieste di intervento: se non adeguatamente contrastate – si sostiene - le attività di vendita senza licenza rischiano infatti di fungere fonte di istituzionalizzazione di una vasta area di illegalità.

“La volontà del contrasto si vede anche da queste cose: loro non ci devono essere perché sono abusivi, le forze dell’ordine hanno anche altro da fare, indubbiamente, ma si tratta di un fenomeno illegale che va contrastato. Se ci sono queste emergenze, perché di emergenze si tratta, bisognerà agire su di esse in maniera incisiva” (intervista 2 – associazione categoria)

“il problema dell’abusivismo commerciale che ha sfumature di carattere sociale a Rimini assume connotazioni che vanno a toccare il tema della sicurezza e dell’ordine pubblico per vari motivi, soprattutto perché le difficoltà operative sono tante, visto che si tratta di interventi sull’arenile con soggetti che scappano fra le persone o che affrontano in modo volgare e presuntuoso le forze di polizia” (intervista 12 – attore istituzionale/forze dell’ordine)

Da più interlocutori è sollevata l’ipotesi che il mercato dei venditori abusivi, in *primis* quello dei prodotti contraffatti, sia governato dalla criminalità organizzata e che gli ambulanti in spiaggia rappresentino solo “l’ultimo anello di una lunga catena” che andrebbe colpita alle origini. Gli abusivi altro non sarebbero, in quest’ottica, che individui senza altre possibilità di guadagno, spesso in condizione di clandestinità, sfruttati da una rete malavitosa che lucra sulla loro condizione.

“è un fenomeno che parte da lontano, dalla vendita di sigarette di contrabbando, poi c’è stata una vera e propria escalation, che è anche una escalation dell’organizzazione criminale che vi sta dietro, di un racket importante, perché sono loro i primi ad essere sfruttati da questo gruppo di persone” (testimone 1 – associazione categoria)

“penso a tutta la contraffazione delle merci, se in passato c’era qualche laboratorio a Rimini il cuore della contraffazione in altri luoghi, in altri territori, e le merci arrivano a Rimini attraverso una rete di smistamento di queste merci contraffatte, quindi c’è qualcosa che va oltre i confini del territorio e bisogna colpire lì. E’ un danno notevole fra l’altro che si fa all’economia e alla legalità in generale, perché anche il tema della contraffazione delle merci è una cosa gravissima perché tu hai una competizione falsata, al di là del fatto che c’è l’illegalità di mettere un marchio che non hai, soprattutto tu hai da un lato aziende regolari che sono in regola e tengono più in regola i lavoratori, li pagano meglio, dall’altro lato ai questo sommerso che magari si basa anche sullo sfruttamento umano delle persone che lavorano e quindi c’è anche questo spetto dietro la contraffazione e l’abusivismo commerciale vive anche sulla contraffazione delle merci” (intervista 6 – associazione categoria/parti sociali)

“in generale qua chi vende merce contraffatta è per il 70% clandestino, non sanno neanche cosa fare per vivere e non rischiano quasi nulla. La maggior parte di questi non vivono a Rimini, sono stagionali, vengono in estate a lavorare sulla spiaggia e stanno in affitto in una camera, spesso in condizioni assurde ... Non mi sembra che ci sia la volontà di colpire davvero l’organizzazione della contraffazione perché si continua a colpire le singole persone che faticano per sopravvivere, vendono un paio di borse per mantenere se e le loro famiglie, ma non si agisce alla fonte” (intervista 9 – associazione migranti)

“se noi andiamo a vedere il ‘pentolone’ delle merci contraffatte arriviamo fino alle camorre, alle mafie e tutto quello che c’è mischiato a questo sistema. Solo per il problema delle merci contraffatte è stato fatto qualcosa? No, perché già 25-30 anni fa c’erano i pataccari, persone del sud Italia, in particolare della Campania, giravano con le loro borsette, risultavano anche simpatici, erano pochi, mostravano i loro orologi. Per cui è un fenomeno che non potrà avere fine e chiama veramente la responsabilità di tutti” (intervista 15 – associazionismo)

Ma come registrano alcune testimonianze raccolte, a lucrare sulle condizioni di vita degli abusivi sono spesso anche residenti locali che, attratti dal facile

guadagno, affittano appartamenti ai migranti dediti al commercio abusivo, senza preoccuparsi di eventuali situazioni di degrado e/o disagio abitativo.

“in realtà questo è un fenomeno di ordine pubblico, perché comunque parlando di marchi mendaci o contraffatti siamo sul penale e quindi richiamiamo le forze dell’ordine in generale però è un mercato che vive perché ci siamo noi che lo manteniamo e perché comunque la mentalità del riminese che è legata molto alla rendita e al facile guadagno, calando l’incasso per tanti motivi perché la stagione diventava diversa il modo per riuscire a ricavare quegli stessi soldi era quello, è quello di utilizzare il proprio appartamento in modo diverso ... per cui esiste una rete di compenetrazione che riguarda tutti” (focus 2)

“dietro di loro c’è tutta una macchina che ovviamente guadagna alle loro spalle: chi rifornisce queste persone, chi alloggia queste persone, chi sfrutta le persone, sin dall’inizio dalla loro partenza, quando si tratta di persone che arrivano in Italia senza un visto per motivi di lavoro. E’ un sistema che è perverso e loro sono solo la punta dell’iceberg” (intervista 15 – associazionismo)

Al di là delle opinioni più critiche, all’abusivismo commerciale sembra tuttavia essere attribuita, in specie dalle forze dell’ordine deputate all’intervento diretto, una limitata pericolosità sociale, soprattutto in rapporto ai problemi di illegalità presenti sulla riviera. Ciononostante, come ci ricorda la testimonianza sotto riportata, la consistenza numerica acquisita nell’ultimo decennio ha reso il fenomeno più visibile, concorrendo ad incrementare la sensazione del danno, tanto da giustificare azioni al fine di porvi un freno e di evitare che esso assuma i tratti di un *“presidio massiccio e sistematico della spiaggia”*.

“Dal punto di vista politico il fenomeno rappresenta una priorità, personalmente devo dire che dal punto di vista del disvalore sociale dei comportamenti, anche considerando quello più grave della contraffazione, potrebbe non essere deleterio, c’è di peggio in sostanza come la sicurezza stradale Fra l’altro devo dire che non abbiamo un fenomeno di petulanza, loro si mettono lì con la loro roba e la gente sceglie in autonomia se comprare o meno, non ci sono fenomeni di prevaricazione o altro, i pallinari ad esempio sono un fenomeno più grave dal punto di vista sociale, si tratta di una truffa. Diventa però una priorità per le condizioni numerico-quantitative che ha raggiunto: è un fenomeno che ha tratti di sistematicità molto rilevanti, anche se il culmine della stagione è rappresentato dalla settimana centrale di agosto, quella di ferragosto, però se non attivissimo una forma, anche larvata, di contrasto, ho la sensazione che ci sarebbe un presidio massivo, massiccio e sistematico della spiaggia e in una giornata come quella di oggi conteremmo centinaia e centinaia di abusivi, rischieremmo di avere in certe aree, come Rimini sud, una fila e un incrocio costanti di venditori. Per cui è un fenomeno che non è pericoloso dal punto di vista sociale per il comportamento in se, ma per la sua visibilità e la sua diffusione sul territorio, tanto da creare comunque in maniera diretta o indiretta un allarme sociale. E’ la sua articolazione e come si attegga sul territorio che crea la percezione di un problema sociale chiaro ed importante” (intervista 4 – forze dell’ordine)

10.2 Le azioni di contrasto all'abusivismo: valutazioni e possibili migliorie

Dopo aver illustrato le principali opinioni espresse sull'abusivismo commerciale dai testimoni significativi, l'attenzione si focalizza ora sulle valutazioni relative alle azioni di governo del fenomeno, adottate ed adottabili. Due sono le logiche alla base degli interventi messi in atto: la *repressione* e la *prevenzione*. Nel primo caso l'obiettivo è quello di colpire l'abusivo in flagranza, con il conseguente sequestro della merce e l'avvio di una procedura relativa all'illecito riscontrato, amministrativo o penale. L'azione repressiva è invocata a più riprese dai gruppi di interesse in rappresentanza degli esercenti, anche sulla stampa locale, e sembra aver prevalso nelle strategie riminesi negli anni passati. Consiste sostanzialmente nella "discesa" sulla spiaggia di agenti in borghese che avvicinano i venditori fingendosi potenziali acquirenti o nella comparsa improvvisa - di corsa - di agenti in divisa allo scopo di cogliere gli abusivi in fase di commercio/vendita, in modo da procedere alla confisca e alla verbalizzazione della trasgressione. Gli svantaggi di questo tipo di intervento risiedono nelle difficoltà connesse ai rapidi movimenti su una spiaggia colma di turisti e nelle reazioni che il blitz può sollevare fra i bagnanti (Catanzaro, Nelken, Belotti, 1997).

"quando vogliamo 'far danni' scendiamo in spiaggia in borghese. Cosa intende per far danni? Far danni vuol dire sequestrare merci. Diversamente siamo chiaramente visibili e questo già di per se porta ad un allontanamento/spostamento degli abusivi, per cui concorre a disincentivare la vendita. Oggi diciamo che seguiamo una strategia mista, con una prevalenza per la logica preventiva, mentre in passato ha prevalso la logica repressiva che però rischia di essere più pericolosa in quanto l'abusivo in fuga può rappresentare un pericolo per i bagnanti ed i turisti" (intervista 12 – forze dell'ordine)

"si presentano anche difficoltà di intervento per le forze dell'ordine, perché in occasione dei primi pattugliamenti, da un lato c'era la reazione dei turisti che difendevano i venditori dall'azione delle forze dell'ordine creando turbative e disagi, dall'altro la difficoltà fisica legata agli spostamenti sulla spiaggia, in mezzo alla gente, per cui ogni intervento un po' forzato rischiava di divenire problematico e pericoloso" (testimone 3 – associazione categoria)

"Certamente la repressione poi porta gli abusivi ad una maggiore attenzione e forse alcuni hanno scelto altre piazze, perché qui a Rimini è davvero diventato un rischio, qualcuno è contento di questo poiché più si colpisce il fenomeno e questo viene disincentivato, ma personalmente mi verrebbe da dire che non si sconfigge così il problema, si spostano semplicemente i luoghi di azione" (intervista 18 – associazionismo) C

Gli interventi preventivi presentano, invece, quale finalità principale la dissuasione della vendita abusiva sul litorale, rendendo tale attività difficoltosa e poco conveniente. L'azione si svolge attraverso pattugliamenti o ronde sulla spiaggia operate dalle forze dell'ordine in divisa, "*chiaramente visibili ed identificabili*", che determinano la sospensione, seppure spesso solo temporanea, dell'attività di vendita e il repentino sgombero della battigia. Altri vantaggi

riconducibili a questo tipo di azione, peraltro indicata come preminente sulla riviera riminese durante l'ultima annualità (2008), sono: la possibilità di presidiare una più ampia fascia balneare, derivante dalla scarsa probabilità di realizzare sequestri e pertanto dalla mancata incombenza della verbalizzazione per gli agenti coinvolti; il disincentivo arrecato dalla mancata vendita di prodotti che può condurre l'ambulante a ricercare nuovi spazi d'azione.

“penso che il comune di Rimini abbia messo in campo tutto lo scibile umano dal punto di vista della prevenzione del fenomeno e anche dal punto di vista dell'informazione (...) Rimini attrae anche per tutto l'immaginario collettivo, questo la rende molto gettonata fra i venditori abusivi, perché chi fa questa attività sa che a Rimini c'è un imponente movimento di persone, c'è un mercato florido e fiorente, per questo il fenomeno è rilevante (...) Quest'anno abbiamo privilegiato l'aspetto preventivo, lo scorso anno quello repressivo: la ragione è legata al fatto che abbiamo ritenuto che, come per tutti i fenomeni di strada, l'aspetto più rilevante sia la sua visibilità, il fatto che ci siano questi gruppi massivi, per cui dal punto di vista della strategia ci è sembrato che fosse l'unica strada che alla lunga portava ad un qualche risultato. Pensi che un senegalese scambiando qualche battuta con noi ci ha detto che quest'anno a luglio il mercato era andato male, tanto che stava pensando di spostarsi altrove. Abbiamo visto che l'unica attività credibile è quella del presidio del territorio: creare in questo modo prevenzione, del tipo 'ci sono io e non ci sei tu'” (intervista 4 – forze dell'ordine)

“l'azione preventiva ha un valore deterrente nel senso che quando ci vedono i venditori sgomberano il campo, per cui la nostra presenza sulla spiaggia funge da deterrente, può capitare a volte che avvenga anche il sequestro, ma nella maggioranza dei casi si tratta di un ritrovamento ... Si è rilevata anche l'efficacia del ricorso all'elicottero, che oltre a fornire una fotografia delle presenze dall'alto e consentirci perciò di ragionare sui numeri reali, viene percepito dai venditori come un'azione collegata all'imminente arrivo in spiaggia della polizia” (focus 2).

“noi abbiamo sempre sostenuto che bisognava prevenire il fenomeno e che il vero contrasto lo facevi nei mesi invernali, non nei 3 mesi di picco dell'attività estiva in spiaggia. Lì qualcosa è maturato, è cambiato, questo tipo di approccio si è insinuato oggi nel modo di agire, però in maniera insufficiente, perché espone il problema in estate, ci sono gli abusivi in spiaggia, le categorie che insorgono e così via ... occorre combattere le reti malavitose che ci sono dietro a partire dal periodo invernale con un grosso lavoro di intelligence, scoprire dove sono, chi sono, qual è la rete. Comunque negli ultimi anni noto che ci si sta muovendo in questa direzione, bisogna insistere molto su questo piuttosto che sui pattuglioni, dovremmo arrivare al punto in cui non servono più” (intervista 6 – associazione categoria/parti sociali)

Il compito di presidiare l'arenile nel tentativo di governare il fenomeno spetta in *primis* alla Polizia Municipale, che dal 2007 ha dato vita ad una specifica squadra antiabusivismo, che conta oggi 25 unità impegnate nel contrasto al commercio irregolare. Nelle ultime due annualità sono inoltre stati avviati interventi interforze da parte della Polizia Municipale, dei Carabinieri, della Guardia di Finanza e della Capitaneria di Porto, tesi a garantire un maggiore controllo del territorio riminese.

“il nucleo antiabusivismo comprende circa 25 agenti che si occupano solo di questo tema, il 2007 è stato diciamo l'anno 0 e abbiamo visto che iniziando già nei primi weekend di affluenza turistica, in occasione della Pasqua o del 1° Maggio, il servizio di presidio sulla spiaggia e

proseguendo durante tutta la settimana il risultato è stato positivo, perché a detta di tutti, anche delle associazioni di categoria c'è stata una diminuzione del fenomeno” (intervista 4 – forze dell'ordine)

“nella stagione estiva si costituisce un nucleo antiabusivismo in spiaggia, ad hoc, ossia un gruppo di operatori che nel periodo compreso fra maggio e settembre si occupa di contrastare il fenomeno, con un numero di unità che si implementa mano a mano che la stagione scorre in avanti, quindi con picchi a luglio e agosto” (focus 2)

A fianco delle azioni frontali di contrasto è rimarcata da più voci l'importanza di una adeguata campagna di comunicazione sulle conseguenze e le problematiche associate al fenomeno del commercio abusivo, a livello macro e micro, sociale e personale. In quest'ottica, nel corso del 2008 si è proceduto, con il coinvolgimento della Protezione Civile locale, alla distribuzione di volantini informativi ed esplicativi, volti a sensibilizzare il turista e potenziale acquirente sui rischi e danni derivanti dal fenomeno, per l'intera economia e per gli stessi consumatori. In particolare, l'acquirente di merce contraffatta o l'utilizzatore di servizi privi di autorizzazione (massaggi, tatuaggi, treccine, ecc.) è sensibilizzato allo scopo di informarlo della sua complicità rispetto a un reato. In quest'ottica è stata anche introdotta una sanzione monetaria che colpisce direttamente il cliente.

“l'approccio dei turisti diventa anche un approccio un po' compassionevole 'poverini', anche io mi sono trovata più volte di fronte all'abusivo che viene in spiaggia a venderti qualcosa e ti senti anche un po' di dargli una mano e penso di comprare quella cosa che non mi serve a nulla magari proprio per dargli una mano. Bisognerebbe però fare un'opera di sensibilizzazione nei confronti dei turisti che vengono da noi, spiegandogli che non diamo loro una mano ma che li gettiamo sempre più in quella rete di illegalità che c'è dietro l'abusivismo commerciale. Si tratterebbe poi di vedere insieme quali sono gli strumenti possibili, diffondere materiale informativo anche attraverso la rete degli alberghi. Far capire al turista che non dobbiamo avere questo approccio in termini compassionevoli, perché in questo modo noi finanziamo anche la rete malavitosa che c'è dietro al fenomeno e che anzi l'abusivo che viene a portarti la chincaglieria al lettino è sfruttato a questa rete” (intervista 6 – associazione categoria/parti sociali)

“le sanzioni agli acquirenti sono state inserite per dare un segnale forte anche nei confronti del cliente

“non mi da fastidio la persona che fa questo lavoro, certamente però non compro, per cui la mia è una posizione di dire 'ciao come stai? Facciamo due chiacchiere se vuoi' e penso anche che forse la chiave di tutto è proprio il cittadino consumatore, perché se c'è il fenomeno significa che c'è una richiesta, molti turisti vengono a Rimini attirati proprio dal fatto che esiste questa possibilità. Se facessero tutti come me non ci sarebbero sicuramente queste situazioni: non comprando il rubinetto si chiuderebbe da solo ... Il mio comportamento è di per se la soluzione, quando arriva il venditore io lo saluto civilmente ma quando mi chiede se voglio qualcosa rispondo di no, quindi c'è un rispetto delle persone, un rispetto di quella che è la regolamentazione del commercio perché non compro, ma proprio perché sono consapevole che dietro c'è tutta una rete ed una filiera ... Purtroppo però in Italia bisogna agire sempre in maniera molto drastica, perché nulla parte dalla responsabilità dei cittadini, quindi: colpire chi vende, colpire chi compra, colpire chi affitta irregolarmente, colpire i rifornitori che lucrano sui venditori” (intervista 15 – associazionismo)

Relativamente alle strategie di fronteggiamento dell'abusivismo commerciale adottate negli ultimi anni, la maggior parte degli intervistati esprime valutazioni positive, anche se non mancano indicazioni per migliorare il quadro. Da un lato, alcuni auspicano un ulteriore incremento delle azioni di contrasto sul litorale, in forma sia repressiva che preventiva, seppure un grande limite sia ricondotto alla carenza di risorse a disposizione, con il rammarico fra l'altro dei mancati rinforzi promessi dallo Stato. Le stesse caratteristiche della riviera riminese, che vanta 15 km di spiaggia, concorrono a rendere i controlli meno efficaci e risolutivi rispetto alle zone balneari limitrofe.

“in raffronto al 2006 ci sono state maggiore volontà e determinazione nell'agire, per cui anche miglioramenti, che non significa che il fenomeno sia stato risolto. Accanto a noi ci sono località come Riccione e Bellaria che hanno proceduto già in passato, hanno avuto più polso e determinazione nell'intervenire, sono zone dove il fenomeno si è attenuato fortemente, ma gioco forza i venditori si sono riversati su di noi, capendo che eravamo una zona debole. Gli interventi degli ultimi anni hanno consentito una riduzione del fenomeno – non l'eliminazione – hanno creato una maggiore mobilità sulla spiaggia, nel senso che hanno fatto far ginnastica a questi venditori, raccogli tutto, sposta, rimetti giù le cose e alla lunga sono risultati disincentivanti” ”
(testimone 3 – associazione categoria)

“il problema vero sono le risorse di contrasto messe in campo e dedicate alla repressione/prevenzione, la quantità di risorse adeguate alla vastità del territorio, perché una vigilanza organica e continuativa richiede l'impiego di una folta schiera di uomini, nonostante le azioni congiunte” (focus 1)

“non dobbiamo dimenticare che Rimini ha 15 km di costa e di conseguenza i controlli in spiaggia sono minori rispetto alle aree limitrofe come Riccione, dove il fenomeno è stato molto ridotto. Ovviamente più si disturbano i venditori e meno lavorano e più si abbatte il fenomeno” (intervista 10 – forze dell'ordine)

Dall'altro lato, è tratteggiata una nuova strategia di intervento, che nasca da una logica di sistema, con il coinvolgimento di tutti gli attori sociali interessati dal fenomeno, comprese le parti sociali e l'associazionismo multiculturale ed interetnico, al fine di realizzare misure preventive che agiscano a “360 gradi”, sul versante dei laboratori di produzione ed approvvigionamento dei beni, degli affitti irregolari, dello sfruttamento dei migranti in condizione ricattabili, del contrasto all'immigrazione clandestina, del pattugliamento sulle spiagge, delle politiche di integrazione sociale e lavorativa degli stranieri. In tal senso, fondamentale risulta l'opera di intelligence che si attua “a monte”, nei mesi invernali, quando il fenomeno è in uno stato di incubazione, caratterizzata da un monitoraggio e un controllo delle situazioni più a rischio.

“uno dei problemi per me è anche legato al fatto che su questo tema ognuno porta dei pezzi nelle sue sedi, ma non esiste un momento di confronto di tutte le parti coinvolte, coinvolgendo cioè anche le associazioni dei migranti. Il Tavolo che si occupa di abusivismo comprende solo le istituzioni, le forze dell'ordine e le associazioni di categoria dei commercianti, ma non le forze sociali. Si tratta di un fenomeno complesso e di conseguenza andrebbe adottato un approccio

complesso ed integrato, che appunto coinvolga tutte le forze in campo in una logica di convergenza. Anche la stampa che lo propone come 'boom estivo', fenomeno che fa notizia, tende a dimostrare il prevalere di una certa lettura, proprio perché manca un approccio integrato che tenga effettivamente conto di tutti i vari aspetti coinvolti. Qualche passo in avanti è stato fatto siamo in evoluzione, ma non si può parlare ancora di un reale miglioramento. Affinché ciò sia possibile occorre mettere tutti gli attori interessati attorno ad un tavolo ed avviare una attività di prevenzione su tutti i fronti, compresi i laboratori di smistamento” (intervista 6 – associazione categoria)

“c’è una rete assoluta di compartecipazione a questo problema che riguarda tutti e leggerlo da una parte sola sarebbe un problema, credo che un minimo di visione più ampia debba esserci... Io lavorerei e punterei di più sull’aspetto della corresponsabilità, perché credo che abbiamo bisogno di educarci da questo punto di vista, al discorso di quanto siamo protagonisti di questo fenomeno, per cui lavorerei sul fenomeno degli affitti in nero, aspetto che manca ancora. Ci lavorerei in termini di sensibilizzazione, in modo da dare anche meno appigli al fenomeno, è una questione di sentirsi corresponsabili, diciamo che non esiste un solo ed unico colpevole. Questo ovviamente salvaguarderebbe anche il soggetto più debole ” (focus 2)

“credo che le modifiche normative non siano e non saranno decisive per governare il fenomeno, i problemi veri sono, da un lato, le risorse di contrasto, perché se le zone limitrofe sono riuscite a ridurre il problema non è per le normative in essere ma perché è stata rivolta a questo fenomeno una quantità di risorse adeguata al territorio, anche se bisogna riconoscere che si tratta di territori con caratteristiche diverse a Rimini, una spiaggia più corta, meno profonda, che presume cioè una minor entità di risorse; dall’altro, l’allocazione razionale delle risorse e l’impegno delle stese durante tutto l’anno con azioni di intelligence che nei mesi invernali vadano ad individuare i possibili lavoratori, depositi e quant’altro” (focus 1)

Una simile prospettiva potrebbe avere effetti positivi per il futuro: l’attuale congiuntura economica negativa, come osservano alcuni intervistati, potrebbe alimentare la crescita dell’abusivismo, inducendo i migranti che perdono il posto di lavoro regolare e con esso il permesso di soggiorno, a ricollocarsi in attività irregolari come la stessa vendita su strada o, in questo specifico caso, su spiaggia.

“aumenta la disoccupazione, le persone espulse dal lavoro e i primi ad essere lasciati a casa sono proprio i migranti oltre ai precari, però poi queste figure rischiano poi di trovarsi senza lavoro, con la conseguente perdita del permesso di soggiorno e quindi in condizione anche di clandestinità spesso e ricadono per forza in attività irregolari fra cui anche il commercio abusivo. Oltre al fatto che stessa crisi economica può portare dall’altro lato anche a cercare il prodotto al prezzo più conveniente, il prodotto che anche se contraffatto però ha un prezzo basso e quindi con un risparmio notevole. E’ un problema che va affrontato con politiche integrate, approccio integrato al problema, che vuol dire tutte le forze in campo, non vederlo solo da un punto di vista, politiche di contrasto che sappiano aggredire i vari filoni che appartengono al fenomeno, per prevenzione, dare lavoro a queste persone, non lasciarle nelle mani di questo fenomeno, provare ad includerle nella società riminese, includerle per far sì che siano considerate persone che possono portare un contributo in termini di lavoro a questo territorio, perché così è, pensiamo ai nostri alberghi o ristoranti, se non ci fosse questa manodopera avremmo delle pesanti difficoltà, sono persone potatrici anche di diritti ... Ancora manca questa logica integrata” (intervista 6 – parti sociali)

11. La percezione del fenomeno da parte dei mass media

Per garantire una più approfondita comprensione del fenomeno dell'abusivismo commerciale, abbiamo ritenuto opportuno effettuare un'analisi delle sue rappresentazioni sulla base degli articoli apparsi sulla carta stampata nell'intervallo temporale compreso fra il 2005 ed il 2008. L'analisi è stata effettuata su un campione complessivo di 659 articoli relativi a diversi periodi di tempo nelle 4 annualità considerate: nel dettaglio, i mesi da luglio a dicembre 2005, da gennaio a dicembre 2006 e 2007, da gennaio a settembre 2008. Si tratta per lo più di articoli apparsi su quotidiani locali (Il Corriere di Romagna – Rimini; Il Resto del Carlino – Rimini; La Voce), mentre ridotto è il numero di articoli comparsi sulle edizioni regionali o sui quotidiani nazionali, sempre relativamente alla realtà del riminese. Tali articoli sono stati selezionati consultando la banca dati dell'ufficio stampa del Comune di Rimini sulla base di alcune parole chiave e, più precisamente, “abusivismo commerciale”, “commercio abusivo” e “commercio etnico”.

Quanto alla distribuzione degli articoli negli anni esaminati, va rilevato l'incremento complessivo degli stessi nell'anno 2007.

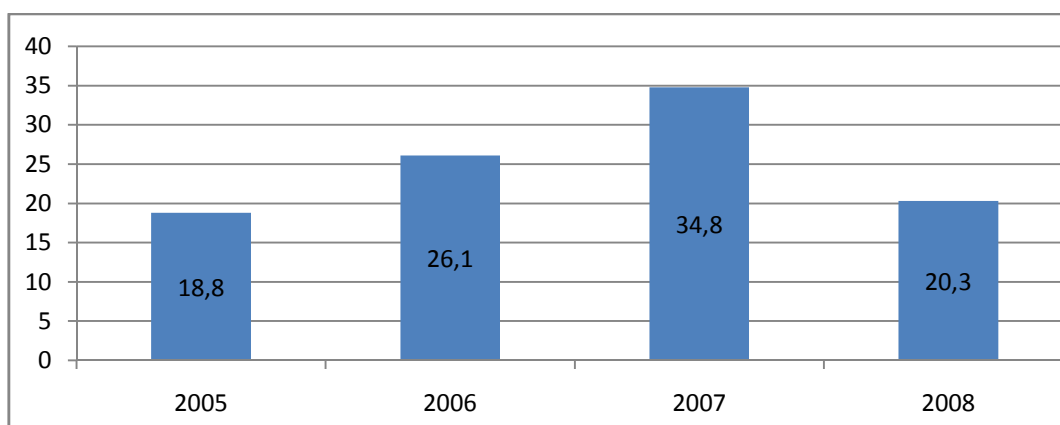


Figura 34 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER ANNUALITA'

Considerando l'andamento della concentrazione di articoli nei diversi periodi di ciascun anno, nel complesso, si può notare come l'88% dei pezzi su abusivismo commerciale, commercio abusivo e commercio etnico, si concentri nel lasso temporale compreso fra aprile e settembre, per 1/3 circa nel trimestre aprile-giugno e per i restanti 2/3 nel trimestre successivo, luglio-settembre, a dimostrazione di una maggiore enfasi del fenomeno nella stagione estiva.

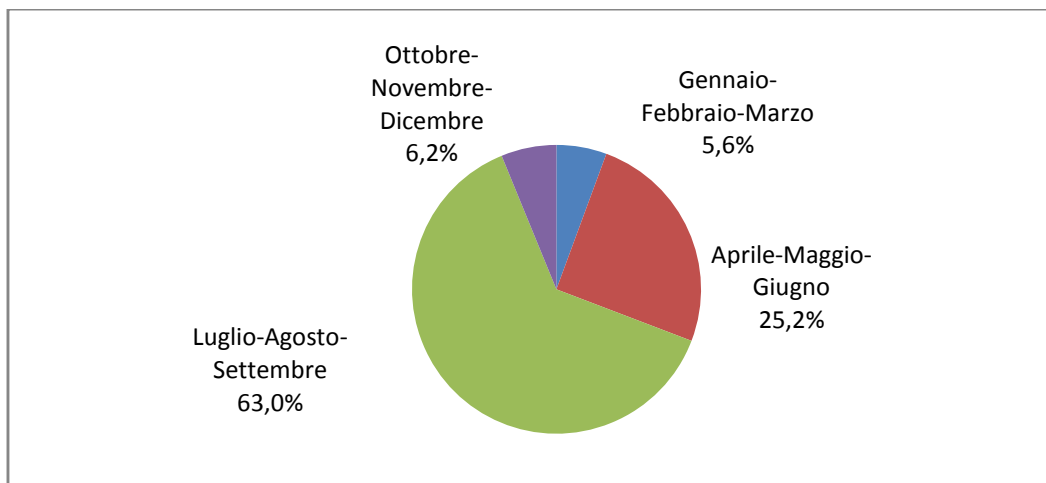


Figura 35 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TRIMESTRI

Pur con alcune oscillazioni, questo andamento risulta costante nel corso degli anni.

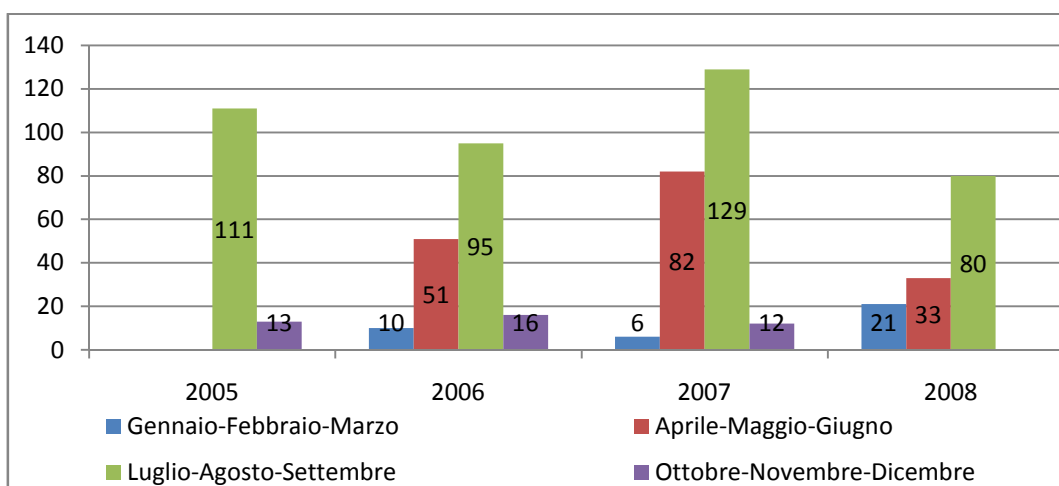


Figura 36 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TRIMESTRI E ANNUALITA'

E' difficile affermare con sicurezza se questo trend di attenzione della stampa ai fenomeni dell'abusivismo commerciale, commercio abusivo e commercio etnico sia legato ad una reale intensificazione del fenomeno nella stagione estiva o se sia, invece, dovuto in *primis* ad una perdita di rilevanza di altri temi durante l'estate. Sta di fatto che nelle testate locali l'attenzione a queste tematiche è viva e ricorrente, con La Voce che dedica ad esse il numero massimo degli articoli (277 ossia il 42,0% del totale degli articoli considerati), seguita da Il Corriere di Romagna – Rimini (197 articoli, pari al 29,9%), e da Il Resto del Carlino – Rimini (152 articoli, pari al 23,1%). Il rimanente 5% si distribuisce tra le pagine regionali

de Il Resto del Carlino Emilia Romagna e di quotidiani nazionali come Il Sole24Ore, L'Unità, Il Corriere della Sera, La Stampa, Italia Oggi, ma anche altre testate come Il Ponte, Estate, La Voce dei Vigili Urbani.

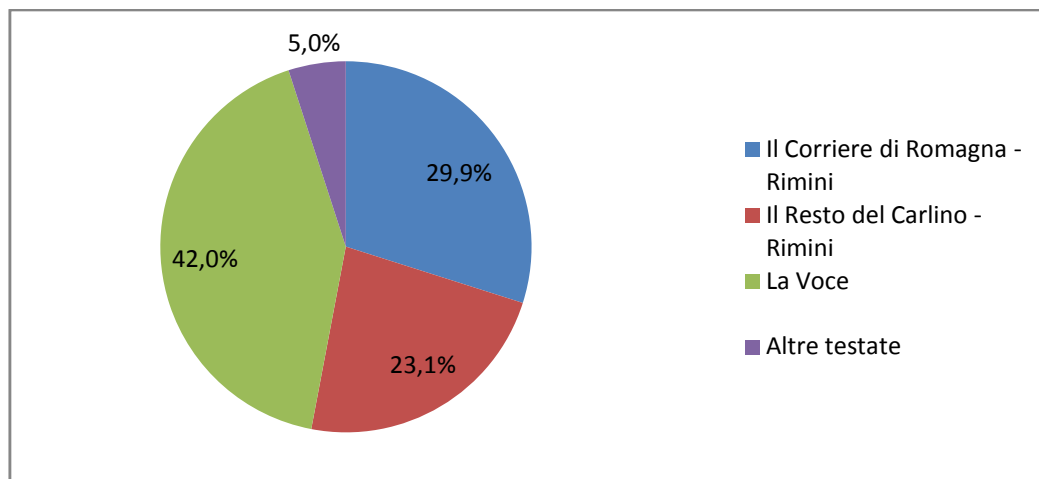


Figura 37 - DISTRIBUZIONE PER CENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TESTATE GIORNALISTICHE

Va però considerato il fatto che questa distribuzione percentuale tra le diverse testate, soprattutto fra quelle locali, subisce notevoli variazioni nelle singole annualità. Il Corriere di Romagna – Rimini passa infatti dal 33,1% nel 2005 al 26,2% nel 2006, scende al 25,3% nel 2007 e tocca il 39,5% nel 2008. Il Resto del Carlino - Rimini cala dal 21,8% del 2005 al 17,4% del 2006, per poi salire al 24,5% nel 2007 e al 29,1% nel 2008. La Voce invece passa dal 42,7% nel 2005 al 51,2% nel 2006, per scendere il 46,3% nel 2007 e toccare il 22,4% nel 2008. Difficile dire in base a quali criteri o scelte redazionali si delinei questo andamento diversificato nel tempo per le singole testate, resta comunque il fatto che tutte pubblicano più di due articoli al mese sull'argomento e talora molti di più.

Ma in che termini questi articoli parlano dei fenomeni dell'abusivismo commerciale, del commercio abusivo e del commercio etnico? Per rispondere a questo interrogativo abbiamo proceduto ad una analisi quanti-qualitativa del contenuto degli articoli selezionati. In un primo momento abbiamo evidenziato i temi emergenti in ciascun articolo (uno o più temi per ciascun articolo), per poi procedere al controllo inter-soggettivo della coerenza dei temi evidenziati e dei nostri stessi criteri di selezione.

Su queste basi abbiamo evidenziato sei macro-aree emergenti nella trattazione dei fenomeni considerati. Si tratta dell' *“Enfasi sull'abusivismo”*, rilevata tutte le volte che in un articolo oltre a comparire il termine selettore *“Abusivismo Commerciale”* (che in taluni articoli di questa categoria nemmeno compare), emergeva la dimensione dell'abusivismo e dell'irregolarità come principale caratterizzazione del fenomeno.

Una seconda categoria è quella della “*Criminalità*”, rilevata tutte le volte in cui si richiamava negli articoli un nesso possibile o asserito tra l'abusivismo commerciale (il commercio abusivo e il commercio etnico) e la criminalità organizzata. Questa seconda categoria va distinta dalla successiva, che abbiamo denominato “*Criminalizzazione*”, in quanto quest'ultima propone la rappresentazione dell'abusivismo commerciale, del commercio abusivo e del commercio etnico come fenomeni devianti in se stessi, non (o non solo) in rapporto ad altri fenomeni criminosi.

Una quarta categoria è quella relativa agli “*Interventi delle forze dell'ordine*”, nella quale ricadono tutti gli articoli occasionati da un intervento di questo tipo o da conferenze stampa o altre forme di comunicazione ad opera delle stesse forze dell'ordine.

Abbiamo poi individuato la categoria del “*Fenomeno Migratorio*” come classe che accomuna gli articoli nei quali, in un modo o nell'altro, si tiene conto del fatto che molti commercianti abusivi sono immigrati e se ne descrive in qualche maniera la condizione.

Da ultimo abbiamo voluto inserire una categoria sulla “*Questione degli affitti*” avendo notato che un certo numero di articoli ne trattava in maniera specifica.

Se si considera il totale di queste tematiche, che ovviamente ammonta ad una cifra più che doppia rispetto al totale degli articoli esaminati (1538), in quanto in uno stesso articolo possono essere presenti due o più caratterizzazioni, si nota che il valore percentualmente più alto spetta all’“*Enfasi sull'abusivismo*” (con il 39,4%).

Un quinto del totale delle categorie considerate si concentra sugli “*Interventi delle forze dell'ordine*” che, a differenza delle altre resta praticamente costante nelle varie annualità (21,7% nel 2005, 21,1% nel 2006, 22,5% nel 2007, 21,7% nel 2008). Si tratta di un fenomeno a nostro avviso indicativo dal momento che in questo insieme di articoli confluiscono sia le cronache relative ai periodici interventi delle forze dell'ordine, sia le notizie di carattere informativo o programmatico che le forze dell'ordine forniscono all'opinione pubblica.

Di tutt'altro segno sono le caratterizzazioni che “*criminalizzano*” il fenomeno dell'abusivismo commerciale, commercio abusivo e commercio etnico nel suo insieme, che incidono percentualmente per l'11,4% del totale delle tematiche considerate, con forti oscillazioni nel tempo (8,2% nel 2005, 12,2% nel 2006, 11% nel 2007, e ben 14,3% nel 2008). In questo caso sembra che a decidere del carattere più o meno criminale dei fenomeni in questione siano gli estensori stessi degli articoli e, di riflesso, l'opinione pubblica. In questo insieme di articoli la molteplicità di sfumature della realtà – il fatto che esercenti autorizzati convivano con altri che non lo sono, il fatto che la maggior parte dei venditori immigrati sull'arenile sia in possesso di regolare permesso di soggiorno, il fatto che la vendita di merci contraffatte riguardi solo una percentuale molto minoritaria del complesso delle vendite – viene perduta di vista, a vantaggio di una complessiva criminalizzazione di tutte le attività che si svolgono in spiaggia o sul lungomare.

Questa tendenza si accentua nel caso degli articoli che parlano espressamente di un legame, effettivo o più spesso solo presunto, tra l'abusivismo commerciale, il commercio abusivo e il commercio etnico e la criminalità organizzata: si tratta complessivamente del 7,9% delle occorrenze sul totale delle tematiche considerate, con un andamento nel tempo prima decrescente e poi nuovamente ascendente (10,2% nel 2005, 10,5% nel 2006, 4,5% nel 2007, 8,7% nel 2008). E' come se quanto appurato dalle ricerche scientifiche e dalle indagini delle forze dell'ordine, cioè il fatto che in realtà non esistono rapporti acclarati tra l'abusivismo commerciale e il crimine organizzato, si facesse lentamente strada nella consapevolezza degli estensori degli articoli e dell'opinione pubblica, seppure il tema rimanesse sempre lì, pronto ad essere nuovamente sollevato in alcune circostanze.

Tabella 11 – Elenco complessivo degli articoli presi in esame.

	2005	2006	2007	2008	Totale
Numero articoli esaminati	124	172	229	134	659
Testate giornalistiche:					
- <i>Il Corriere di Rimini</i>	41	45	58	53	197
- <i>Il Resto del Carlino Rimini</i>	27	30	56	39	152
- <i>La Voce</i>	53	88	106	30	277
- <i>Il Ponte</i>		3	2	2	7
- <i>Il Sole 24ore</i>		3	5	5	13
- <i>Il Carlino Emilia Romagna</i>		3		1	4
- <i>L'Unità</i>	2				2
- <i>Il Corriere della Sera</i>			1	2	3
- <i>La Stampa</i>				1	1
- <i>Italia Oggi</i>				1	1
- <i>Estate</i>			1		1
- <i>La Voce dei vigili urbani</i>	1				1
Data degli articoli (trimestri):					
- <i>Gennaio-Febrero-Marzo</i>		10	6	21	37
- <i>Aprile-Maggio-Giugno</i>		51	82	33	166
- <i>Luglio-Agosto-Settembre</i>	111	95	129	80	415
- <i>Ottobre-Novembre-Dicembre</i>	13	16	12		41
Temi associati:					
- <i>Enfasi sull'abusivismo</i>	119	155	200	124	598
- <i>Criminalità</i>	30	39	24	28	121
- <i>Criminalizzazione</i>	24	45	59	46	174
- <i>Interventi delle forze dell'ordine</i>	64	78	121	70	333
- <i>Fenomeno migratorio</i>	47	37	106	48	238
- <i>Questione degli affitti</i>	10	16	27	6	59
Articoli legati ad un fatto di cronaca	30	22	49	30	131
Categorizzazione dell'articolo:					
neutra	63	90	131	76	360
ostile	53	66	86	43	248
benevola	8	16	12	15	51

Il 15,6% del totale delle singole tematiche esaminate tratta i fenomeni in oggetto considerandoli legati alla realtà dell'immigrazione e del fenomeno

migratorio. Può trattarsi di articoli nei quali si privilegia l'attenzione per le condizioni di vita e di lavoro dei venditori in spiaggia, di articoli nei quali ci si focalizza sull'una o sull'altra nazionalità di provenienza, di articoli nei quali ci si interroga su che posto occupi il commercio abusivo tra i lavori effettivi e possibili degli immigrati ed altro ancora. Sono comunque pezzi giornalistici che legano direttamente la trattazione dell'abusivismo commerciale a quella dei fenomeni migratori.

Resta una piccola percentuale di articoli (il 3,9% del totale e precisamente il 3,4% nel 2005, il 4,3% nel 2006, il 5,1% nel 2007, l'1,9% nel 2008) che si concentra sul problema specifico dell'abitazione dei commercianti abusivi, specie immigrati, per lo più denunciando situazioni di degrado abitativo.

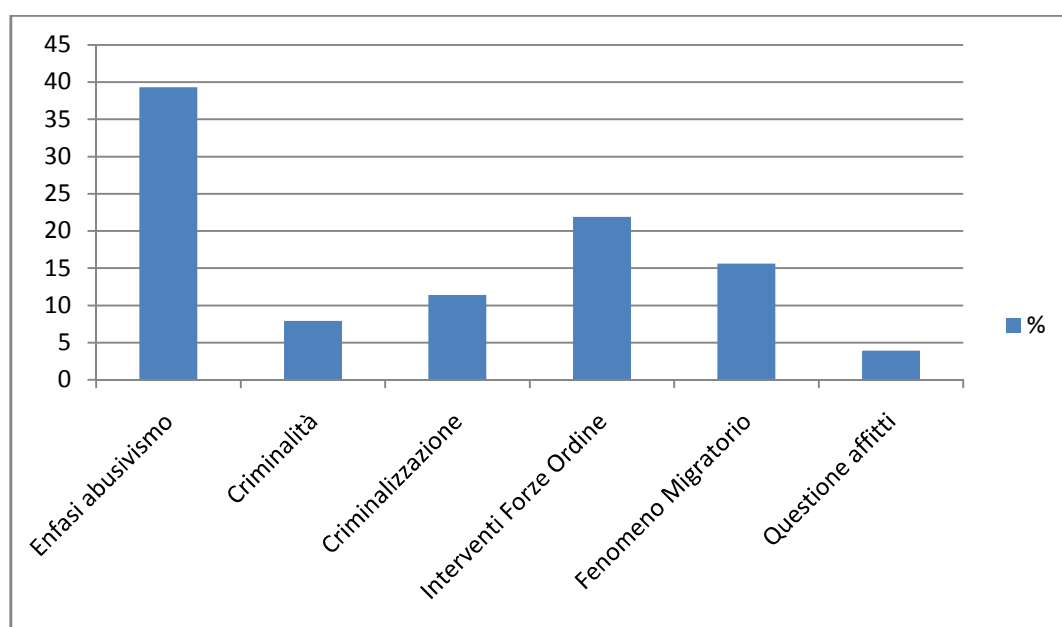


Figura 38 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TEMATICA AFFRONTATA SUL TOTALE DELLE CATEGORIZZAZIONI

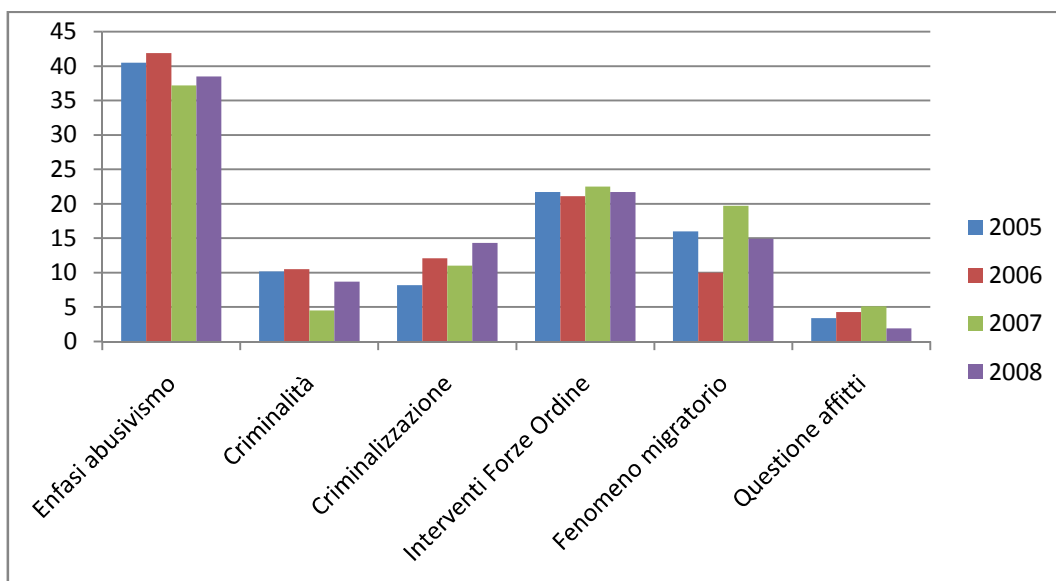


Figura 39 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TEMATICA AFFRONTATA ED ANNUALITA' SUL TOTALE DELLE CARATTERIZZAZIONI

Considerando la distribuzione degli articoli per tematica, rispetto al numero complessivo di articoli esaminati, si registra la preminenza delle due categorizzazioni “Enfasi sull’abusivismo” e “Interventi delle forze dell’ordine” (rispettivamente con il 90,7% ed il 50,5%). Allo stesso modo, anche l’andamento delle categorizzazioni in rapporto al totale di articoli nelle diverse annualità considerate, non si discosta in maniera significativa da quella relativa alle categorizzazioni complessive.

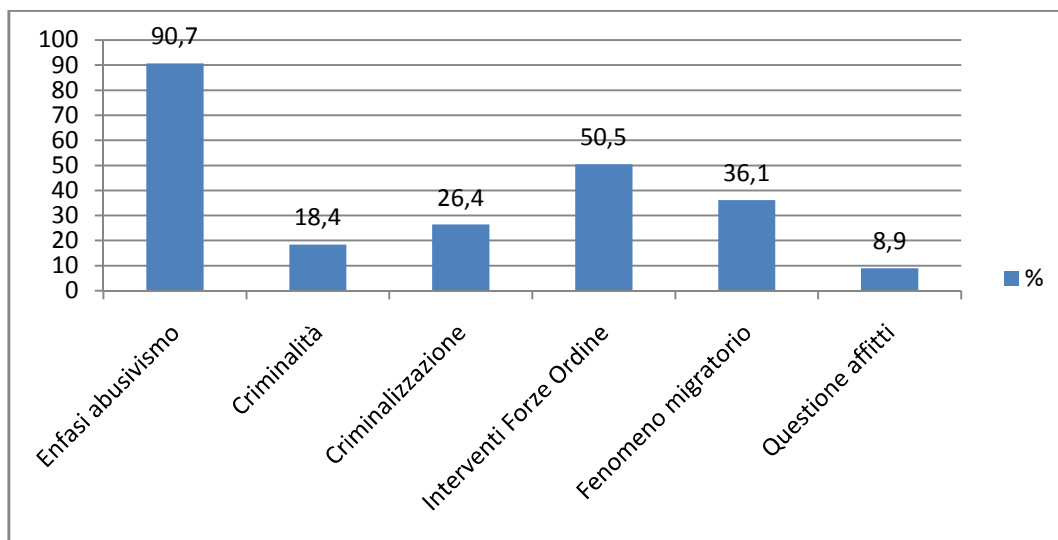


Figura 40 - DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TEMATICA AFFRONTATA SUL TOTALE DEGLI ARTICOLI. (Il totale delle percentuali è superiore a 100 essendo state attribuite più codifiche ai singoli articoli).

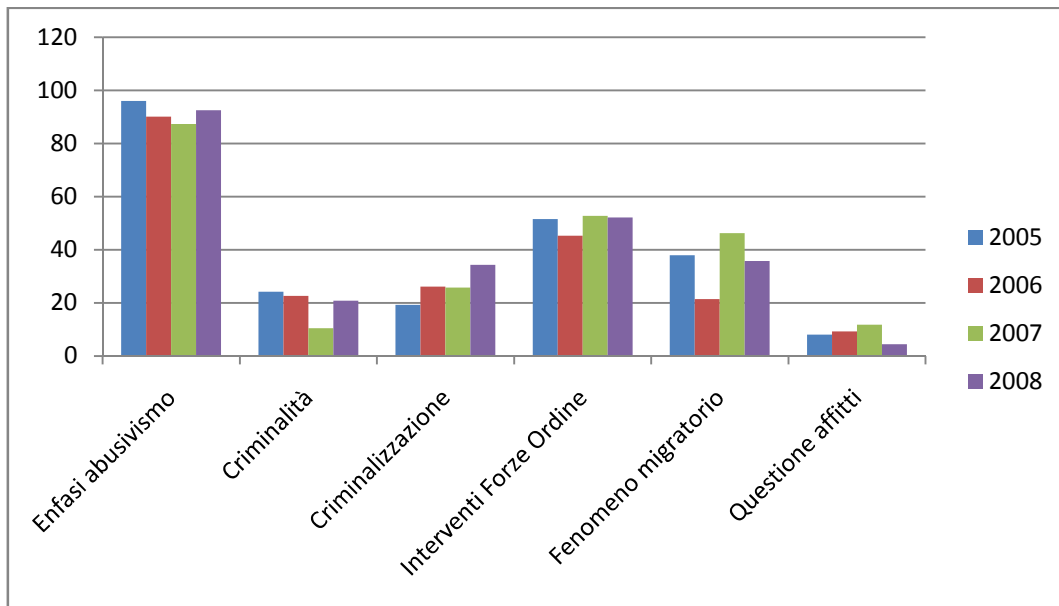


Figura 41 – DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI PER TEMATICA AFFRONTATA ED ANNUALITA' SUL TOTALE DEGLI ARTICOLI. (Il totale delle percentuali è superiore a 100 essendo state attribuite più codifiche ai singoli articoli).

Un ulteriore elemento di riflessione emerge allorché si riflette sul peso degli articoli legati a fatti di cronaca sul totale di quelli considerati. Si tratta complessivamente di meno di 1 articolo ogni 5, ossia del 19,8%. Considerando le diverse annualità, nel 2005 gli articoli legati ad un fatto di cronaca sono stati il 24,2% del totale, percentuale che scende al 12,8% nel 2006. Nel 2007 e nel 2008 i valori risalgono nuovamente, attestandosi rispettivamente al 21,4% ed al 22,3%. Ma cosa rilevano queste percentuali? Si riferiscono all'effettivo verificarsi di episodi di cronaca nell'ambito dell'abusivismo commerciale sufficientemente rilevanti da venire comunicati sulla stampa o si riferiscono piuttosto all'attenzione attribuita dalla stampa a fatti ed episodi di per se stessi non così rilevanti? Qualunque sia la risposta, va sottolineato che la maggioranza degli articoli, l'80,2%, prescinde in realtà da qualunque fatto di cronaca per occuparsi periodicamente dell'abusivismo commerciale, commercio abusivo e commercio etnico, come tematiche a se stanti.

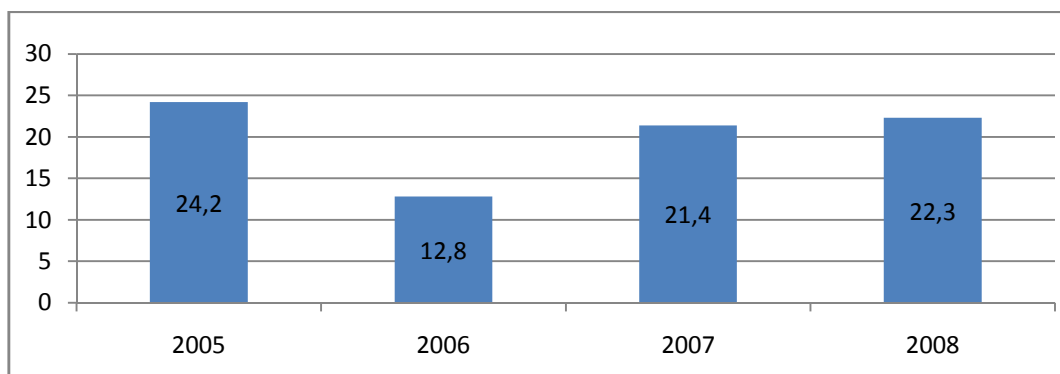


Figura 42 – DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI LEGATI A FATTI DI CRONACA PER ANNUALITA'.

Coerentemente con quanto sino ad ora emerso, se il 54% degli articoli non esprime giudizi in merito a quanto esposto, proponendo una lettura neutra dei fatti o della tematica affrontata, il 38% registra un atteggiamento ostile e solo l'8% un atteggiamento benevolo. L'ostilità trova chiara espressione in termini quali "tolleranza zero", "linea dura", "pugno di ferro" o in valutazioni fortemente critiche sul fenomeno "è un fenomeno legato al crimine", "gli abusivi sono delinquenti puri e semplici", "uno dei maggiori problemi della nostra riviera", "una piaga che mette in ginocchio i piccoli negozi"; mentre la benevolenza viene messa in evidenza da locuzioni come "prime vittime", "soggetti più deboli".

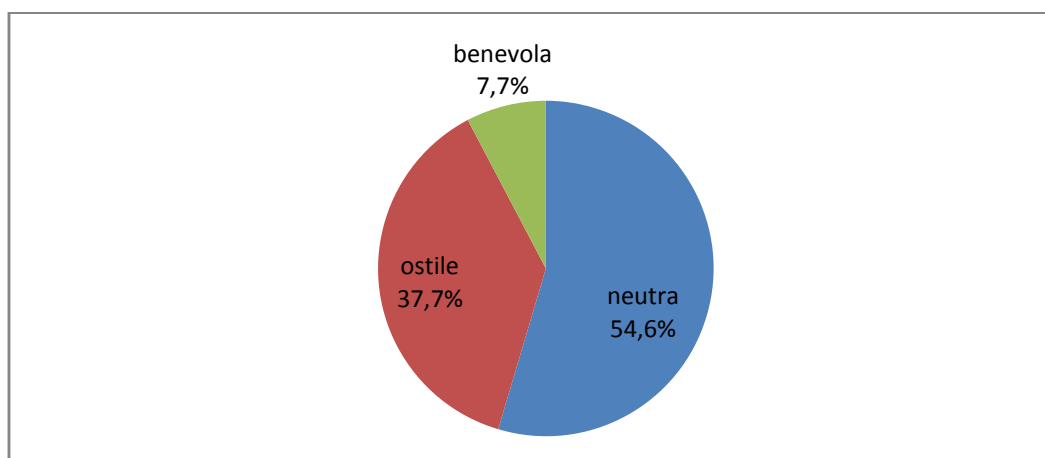


Figura 43 – DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI IN BASE ALLA LETTURA OFFERTA.

Percentualmente, negli anni esaminati, la valutazione ostile subisce un costante, seppur lieve, decremento (dal 42,7% del 2005 sino al 32,1% del 2008), mentre aumenta quella neutra, toccando il suo apice nel 2007 con il 57,2% per attestarsi poi al 56,7% nel 2008. Più incerto ed oscillatorio risulta l'andamento della percezione benevola del fenomeno in oggetto: tale atteggiamento si colloca sul 6,5% nel 2005, sale fino al 9,3% nel 2006 per poi toccare il suo valore minimo

(il 5,2%) nel 2007 e impennare nuovamente in positivo nel 2008, quando raggiunge l'11,2%.

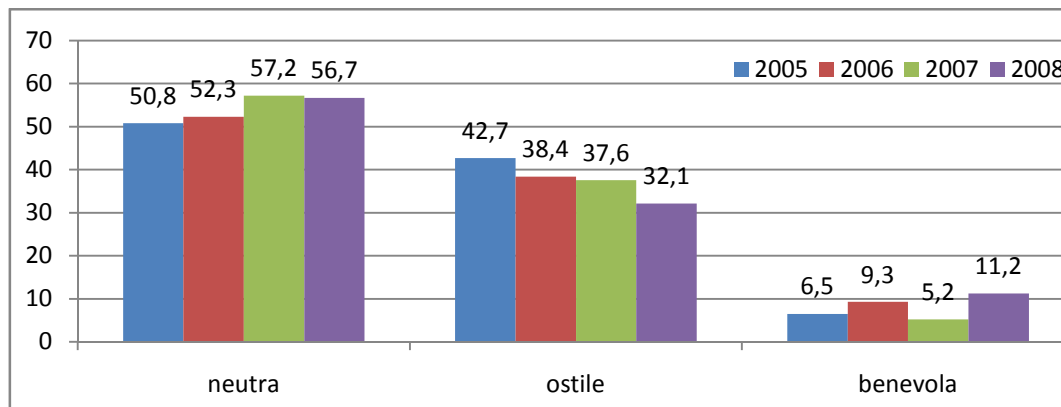


Figura 44 – DISTRIBUZIONE PERCENTUALE DEGLI ARTICOLI IN BASE ALLA LETTURA OFFERTA NELLE DIVERSE ANNUALITA'.

A conclusione di questa sintetica analisi della rappresentazione del fenomeno dell'abusivismo commerciale da parte della carta stampata, riteniamo utile soffermarci sulle modalità di definizione dello stesso. Il termine "abusivismo commerciale" appare in media 160 volte all'anno negli articoli esaminati, con punte massime nel 2006 e nel 2007, rispettivamente 194 e 213 apparizioni. Meno accentuato è il ricorso al concetto generale di "abusivismo" che mediamente compare 73 volte all'anno. E a seguire, ancora meno marcato risulta il richiamo ai termini generici "fenomeno", in media 24 volte all'anno, e "problema", in media 13 volte l'anno, laddove questi ultimi due concetti sono spesso accompagnati da altri appellativi: "problema di immagine", "problema di ordine pubblico", "fenomeno sociale", "fenomeno folcloristico".

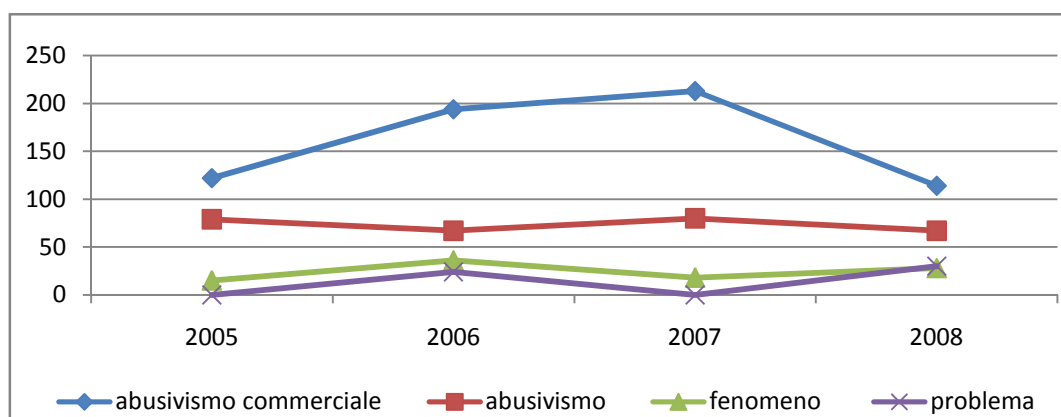


Figura 45 – DISTRIBUZIONE IN VALORI ASSOLUTI DEI TERMINI AFFERENTI ALL'ABUSIVISMO NELLE DIVERSE ANNUALITA'.

Altri termini vengono utilizzati per richiamare l'abusivismo commerciale, rimarcando la natura irregolare ed illecita delle attività svolte: si parla così *in primis* di “merce contraffatta o contraffazione”, con una media di 29 apparizioni annue, di “commercio illecito” e di “mercato abusivo”, rispettivamente con 16 e 13 citazioni annue. Inferiore risulta il ricorso a concetti come “vendita abusiva” e “attività irregolare”, così come “souk” che impenna nell'anno 2007, quando compare 17 volte.

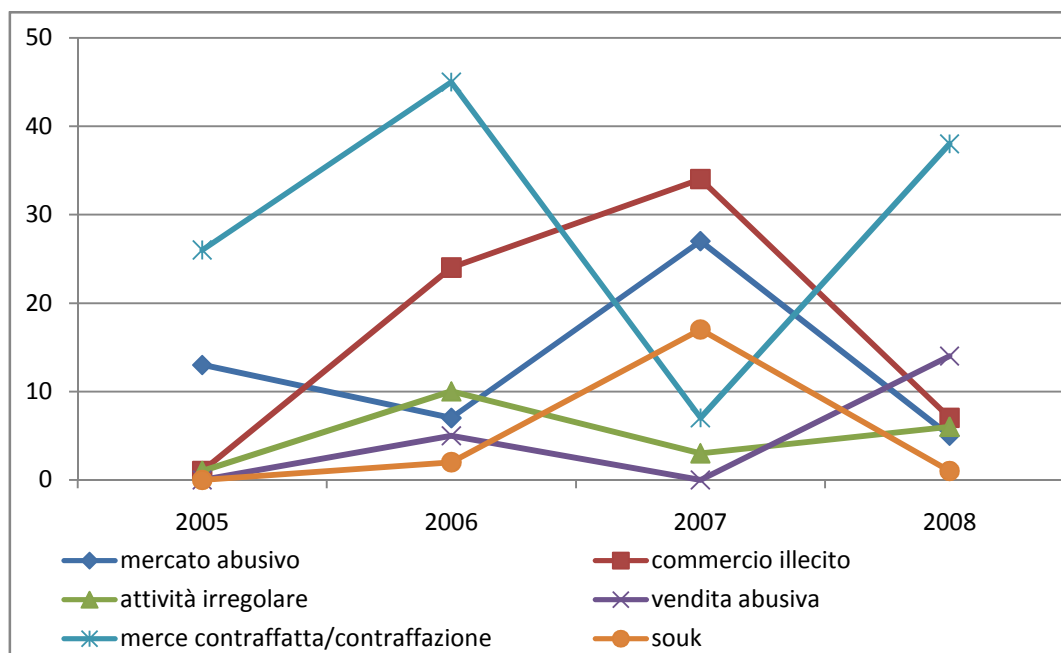


Figura 46 – DISTRIBUZIONE IN VALORI ASSOLUTI DEI TERMINI AFFERENTI AL MERCATO ABUSIVO NELLE DIVERSE ANNUALITA'.

Le modalità di denominazione dei soggetti implicati nell'abusivismo commerciale risultano prevalentemente quelle di “abusivo/i”, che appare mediamente 82 volte l'anno, e di “vu cumprà”, che compare in media 70 volte l'anno. In entrambi i casi sono gli anni 2006 e 2007 a registrare un maggior utilizzo di tali concetti. Meno accentuato è il ricorso al termine di “venditore abusivo” e di “commerciante abusivo”, rispettivamente con una media di apparizione annua di 57 e 10 volte.

In alcuni articoli poi, tali generiche indicazioni di venditore trovano ulteriori precisazioni nelle tipologie di attività svolta: “massaggiatori”, “tatuatori”, “acconciatori” e “campanellari/pataccari”, seppure tali termini appaiano all'anno in media da un valore minimo di 1 ad un valore massimo di 5 volte.

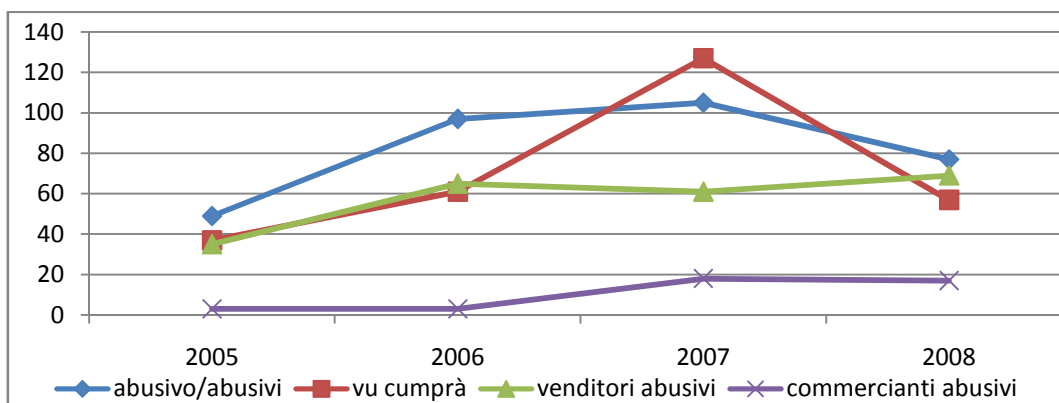


Figura 47 – DISTRIBUZIONE IN VALORI ASSOLUTI DEI TERMINI AFFERENTI AI VENDITORI ABUSIVI NELLE DIVERSE ANNUALITA'

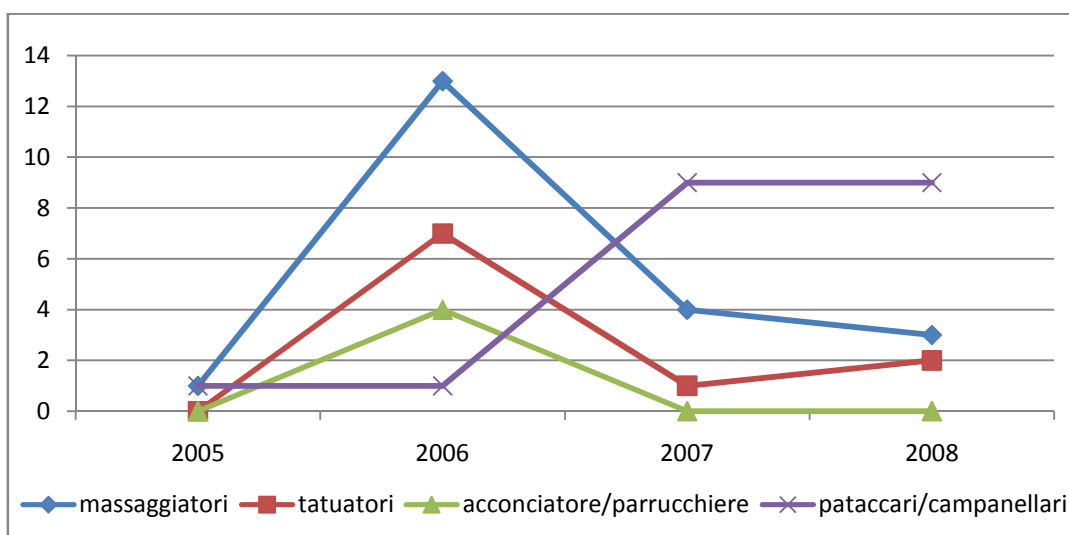


Figura 48 - DISTRIBUZIONE IN VALORI ASSOLUTI DEI TERMINI AFFERENTI ALLE DIVERSE TIPOLOGIE DI VENDITORI NELLE DIVERSE ANNUALITA',

In estrema sintesi, la carta stampata locale oltre a riportare i ricorrenti interventi di controllo da parte della polizia municipale presso le bancarelle improvvisate sul litorale e gli scontri con le forze dell'ordine che tentano di sequestrare la merce agli ambulanti, sembra dar voce alle lamentele e preoccupazioni sollevate dai gruppi di interesse in rappresentanza dei negozianti stanziali che identificano nell'abusivismo commerciale un concorrente sleale, in taluni casi, legato a settori di illegalità. Dall'analisi condotta emerge la rappresentazione di un fenomeno caratterizzato in sé da una certa stanzialità sia di tipo geografico che temporale, il che non significa che i venditori in spiaggia siano stanziali nel territorio del comune di Rimini, ma che è il fenomeno ad essere

percepito come tale da parte dei estensori degli articoli, aspetto che inevitabilmente si riflette e ha conseguenze sull'immaginario collettivo.

12. La voce dei protagonisti: gli immigrati

12.1 Il senso e il metodo delle interviste

Finora il fenomeno dell'abusivismo commerciale in quanto attività svolta da cittadini immigrati è stato considerato sulla base di una molteplicità di dati – raccolti da altri ricercatori e da noi stessi – per verificarne l'andamento nel tempo e il mutamento delle caratteristiche quantitative e qualitative; e sulla base di una molteplicità di punti di vista.

Ora si cercherà di comprenderlo meglio e più in profondità a partire da come lo descrivono i suoi stessi protagonisti, cioè alcuni immigrati che lo esercitano o che, avendolo esercitato in passato, oggi sono piccoli o meno piccoli titolari di imprese di commercio al dettaglio o anche all'ingrosso.

Ci è sembrato opportuno lasciare la parola agli immigrati che esercitano o hanno esercitato il commercio abusivo in spiaggia per chiarire una serie di aspetti particolari – dalla provenienza delle merci ai guadagni, dalla qualità del lavoro al rapporto con le precedenti esperienze lavorative e con le prospettive di futuro – ma anche per avere un quadro d'insieme adeguato, che tenga conto di tutti i soggetti coinvolti e della effettiva complessità e dinamicità della situazione.

Come si è visto, infatti, l'abusivismo commerciale a Rimini è rimasto stabile e contenuto nel tempo dal punto di vista quantitativo, ma è venuto mutando significativamente dal punto di vista qualitativo sia per quanto concerne la composizione per nazionalità di provenienza dei venditori, sia ancora per quanto concerne il tipo di “servizi” offerti e di beni venduti sull'arenile.

Per la popolazione riminese, per i bagnanti – soprattutto quelli abituali – e per gli addetti ai lavori, questi mutamenti qualitativi comportano l'esigenza di apprendere ogni volta di nuovo con chi e con che cosa si ha a che fare. Ma anche le diverse generazioni di immigrati che si dedicano alle attività di cui ci occupiamo devono apprendere, ciascuna a suo modo – come accade per ogni immigrato, ogni straniero ed anche ogni turista - in quale contesto si vengano a collocare le loro attività.

Il fatto che nell'indagine effettuata dalla provincia di Rimini nel 2002, al livello delle percezioni, i residenti riminesi e gli imprenditori turistici, soprattutto, indicassero l'impressione che c'erano “troppi” venditori abusivi, se è vero che il numero resta costante, può essere in parte spiegato proprio con i mutamenti qualitativi di cui abbiamo detto. Paradossalmente anche un solo “nuovo arrivato” potrebbe essere “troppo”, se si ha l'impressione di un'eccessiva mancanza di familiarità. Ma proprio queste percezioni vengono a complicare il contesto che gli immigrati devono apprendere, in generale e particolarmente se fanno attività in quanto venditori abusivi.

Per questi immigrati un tale apprendimento è ogni volta completamente *ex novo*, perché come si è visto vengono da paesi diversi, o anche da regioni e città diverse dello stesso paese, e seguono diversi percorsi migratori.

Questo appare confermato dalla più recente indagine della Fiorani (2006) che ha cercato di cogliere le interazioni fra ambulanti abusivi, operatori dei servizi pubblici e privati del territorio, che si occupano di immigrati, e polizie municipali. I 50 migranti da vari paesi da lei ascoltati nell'estate del 2003 – 38 venditori ambulanti abusivi in quella stessa stagione e 12 che lo erano stati in passato – hanno mostrato ad esempio un'acuta consapevolezza di come la loro condizione fosse cambiata e sarebbe potuta ulteriormente cambiare con l'introduzione del "contratto di soggiorno" (Legge 189/2002), ma al contempo hanno mostrato estrema sensibilità, in positivo e in negativo, agli atteggiamenti sia degli italiani sia dei turisti. "Nei primi giorni di lavoro sulla spiaggia ... gli stranieri (cioè gli italiani) secondo me hanno tutti delle facce cattive. Ero terrorizzata solo a guardarli. Figuriamoci a vendergli le cose!" (donna cinese, Fiorani, 2006, p. 256). "I rapporti con i turisti sono ottimi: comprano la nostra merce, se non lo fanno ti salutano, rimangono a parlare con te molto spesso, forse perché ero donna e gli facevo pena. In loro troviamo gente veramente meravigliosa che ha molta simpatia" (donna senegalese, Fiorani 2006, p. 257).

Non è questione, però, di valutare se questo apprendimento dell'altro e del suo contesto sia più oneroso per i residenti, per gli addetti ai lavori, per i turisti, per gli immigrati ovvero per i venditori abusivi in spiaggia. È sicuramente oneroso per tutti, anche se è evidente che esiste uno svantaggio per chi viene a trovarsi in condizioni di minoranza e di minore competenza linguistica, di conoscenza delle regole, di capacità di muoversi in un ambiente familiare.

È anche per questo motivo che abbiamo scelto proprio la dimensione dell'*apprendimento reciproco* tra cittadinanza ed immigrati, tra questi e le istituzioni, e il più ampio contesto in cui si trovano a vivere ed operare come chiave di lettura principale nel somministrare prima ed interpretare poi le interviste agli immigrati, venditori abusivi e non.

Oltre che dalle considerazioni fin qui esposte questa scelta è motivata anche da un lato dalla consapevolezza di quanta importanza abbia assunto l'apprendimento reciproco nei recenti approcci europei alle problematiche del lavoro informale, irregolare, sommerso e, dall'altro lato da due ulteriori considerazioni di carattere scientifico.

Sul piano istituzionale, particolarmente tra i responsabili delle politiche del lavoro e delle politiche sociali, in Europa è venuto crescendo un movimento di rete per l'emersione del lavoro non regolare. In questo movimento si è imposta con forza la consapevolezza della differenza di livelli e tempi normativi già tra i paesi membri dell'Unione Europea. Per alcuni di questi la differenza tra "economia informale" e "sommerso" equivale ad una differenza tra "informale" e "irregolare" talora coincidente con "illegale". Ma per i paesi con ritardi normativi queste distinzioni non sono sempre scontate. La prima accezione della nozione di

apprendimento reciproco è stata quindi applicata ai processi di conoscenza e scambio informativo tra gli stessi paesi (Rete europea per l'emersione del lavoro non regolare, 2006). È facile immaginare quanto più ampia sia la differenza di livelli e tempi normativi tra l'Italia, i paesi dell'Unione Europea e gli altri paesi, dai quali per lo più provengono gli immigrati venditori in spiaggia. Purtroppo, però, con questi ultimi paesi è raro che esistano già effettivi processi di apprendimento reciproco al livello istituzionale, se non a volte, in alcuni campi specifici, per lo più all'interno delle organizzazioni internazionali di settore. Sono gli immigrati, allora, in genere, che devono apprendere il contesto anche normativo in cui vengono a collocarsi e collaudare questi loro processi di apprendimento ed eventualmente trasmetterli ai familiari o ad altri immigrati. Se già si tratta di processi complessi negli scambi istituzionali intra-europei è facile immaginare quale sia il grado di complessità che si trovano a fronteggiare gli immigrati. Ci è apparso significativo cercare di comprendere proprio da loro se e come queste forme di apprendimento erano e sono presenti nella loro esperienza, e come essi stessi le valutano.

Ci sono poi anche per ragioni di carattere prettamente scientifico, una generale e l'altra particolare, riferita proprio ai precedenti di ricerca sull'abusivismo commerciale nella riviera emiliano - romagnola.

La prima ragione, di ordine generale, è la consapevolezza dei limiti del nostro stesso lavoro di sociologi e della nostra stessa esigenza di apprendere da tutti coloro con i quali entriamo in contatto facendo ricerca, pena l'autoreferenzialità ed il rischio di distorcere i dati o inficiare i risultati del nostro stesso lavoro. Come scriveva G. Bateson nel 1942, in un tempo certo difficile per la nostra società, "prima di applicare la sociologia ai nostri affari nazionali, dobbiamo riesaminare e modificare le nostre abitudini di pensiero sul tema dei mezzi e dei fini. Abbiamo appreso, nel quadro della nostra cultura, a classificare il comportamento in 'mezzi', 'fini' e se procediamo a definire i fini come se fossero separati dai mezzi e poi applichiamo brutalmente gli strumenti sociologici, adoperando ricette scientifiche per manipolare la gente, arriveremo a un regime totalitario piuttosto che a un regime democratico ... col tendere verso scopi definiti ci compromettiamo a manipolare altre persone e quindi alla negazione della democrazia" (Bateson, 1993). La sfida è dunque di fare attenzione allo sviluppo delle singole sequenze nelle quali gli individui apprendono ad apprendere, passano cioè da un primo rudimentale livello di consapevolezza di quanto li circonda ad un livello più astratto e profondo, inerente il senso che si dà al mondo, i modi di valutare e quelli di agire. L'attenzione a come si apprenda ad apprendere non può essere esercitata altro che all'interno di dialoghi quanto più possibile paritetici ed attenti all'altro, anche quando si tratta semplicemente del dialogo sotteso alla raccolta di interviste semi-strutturate in profondità. L'attività dell'intervistatore prima, dell'interprete dei dati e dei risultati poi, non è mai neutra: interviene sul contesto in cui si colloca e contribuisce a trasformarlo. Di questo occorre essere consapevoli, ben sapendo per altro che ogni intervista ben

fatta è un po' un "combattimento con l'Angelo". Nasce cioè dalla mia esigenza e dalla mia volontà di interrogare l'altro, di avere da lui informazioni, opinioni, resoconti delle sequenze secondo le quali apprende ed organizza il suo mondo; ma si sviluppa anche a seconda di come l'altro mi percepisce, di quello che immagina e che vuole da me, della direzione verso la quale mi vuole condurre. Ogni intervista è dunque, sia nella fase di rilevazione sia in quella di interpretazione, qualcosa che mi interroga e mi impegna anche al di là del mio ruolo strettamente professionale, chiedendomi ad ogni momento se ho intenzioni manipolative e sfidandomi a correggerle, a sapere che in qualche misura io cambio l'altro ma che anche lui o lei cambiano me. Anche l'intervista dunque è un processo di apprendimento reciproco.

La seconda ragione si riferisce alla consapevolezza con la quale gli autori del rapporto sulla prima indagine sul commercio abusivo sulla riviera emiliano - romagnola hanno di recente rivisitato concettualmente quel loro lavoro (Catanzaro, Nelken, 2003; Nelken, 2007). Che tipo di problema è il commercio informale? Fino a che punto se ne può fare un problema in un paese come l'Italia la cui economia è tanto dipendente da esso (fino al 30% del totale, secondo alcune stime)? A partire da domande di questo tipo, D. Nelken e gli altri hanno approfondito la nozione stessa di "problema sociale" ed i modi nei quali se ne tratta. Secondo alcuni autori i problemi sociali emergono come risultato delle attività di individui e gruppi che avanzano lamentele e pretese rispetto ad alcune presunte condizioni. Altri autori adottano un approccio più macro- e critico. Per loro i problemi sociali sono una conseguenza inevitabile del modo nel quale le società sono strutturate per assecondare determinati interessi dominanti. Secondo alcuni i problemi sociali sono dunque minacce all'ordine collettivo, all'identità, allo status; per altri sono essenzialmente questioni di disuguaglianza sociale.

Per comprendere in questa chiave il fenomeno della vendita abusiva in spiaggia, è necessario allora non rivolgersi soltanto al danno oggettivo causato da tale problema sociale, quanto anche a ciò che avviene al livello dell'"ordine" simbolico minacciato. Bisogna comprendere ad esempio il ruolo giocato dal desiderio di spaventare i venditori in spiaggia finché non abbandonino senza al contempo provocare abbandoni da parte dei turisti. Diviene fondamentale allora la prospettiva che i sociologi chiamano dell'"etichettamento". Diviene altrettanto fondamentale capire il particolare "panico morale" che può darsi in situazioni analoghe.

Concretamente il problema è, ad esempio: che cosa avviene se si etichettano gli immigrati che vendono abusivamente come se fossero *già* per ciò stesso legati al crimine organizzato? Non si rischia in questo modo di spingerli a cercarne la protezione?

Oppure il problema è: secondo quale criterio gli imprenditori del turismo e i piccoli commercianti regolari, anche ambulanti, si sentono maggiormente insidiati dai venditori in spiaggia che non dall'apertura dei grandi supermercati?

Confrontarsi ripetutamente con problemi di questo tipo – che sono in maniera chiara problemi di quale apprendimento reciproco si sia dato e venga a darsi nel corso del tempo – significa anche interrogarsi su come contribuisca a tematizzarli, ed eventualmente ad indirizzarne le azioni di risposta, il lavoro stesso del sociologo che fa ricerca e che li costruisce, o contribuisce a costruirli, in quanto problemi sociali.

D.Nelken ha rivisitato in questo senso la ricerca compiuta da lui stesso ed altri negli anni '90, comparando le principali modalità con le quali i rappresentanti dei commercianti da un lato ed i ricercatori dall'altro avevano tematizzato il fenomeno dell'abusivismo commerciale.

Ecco, in sintesi, i risultati di tale comparazione:

<i>COMMERCANTI</i>	<i>RICERCATORI</i>
1. Ci sono legami con la criminalità organizzata, anche perché la maggior parte dei venditori abusivi immigrati sarebbe entrata irregolarmente in Italia	1. Gli immigrati fanno questo tipo di lavoro per mancanza di alternative o per scelta, ma nulla prova che siano controllati dal crimine organizzato. Peraltro i risultati della ricerca mostrano che molti venditori abusivi non sono in posizione di immigrati irregolari
2. I beni venduti dai venditori abusivi vengono forniti loro dalla criminalità organizzata	2. I venditori in spiaggia agiscono da imprenditori relativamente indipendenti, e in larga parte si riforniscono dagli stessi grossisti che riforniscono gli altri commercianti
3. Il numero dei venditori ed il loro livello di attività aumenta in maniera incontrollata a ciascun anno	3. Il numero di tali venditori è stabile
4. La vendita in spiaggia disturba i turisti	4. I turisti nel complesso non sono disturbati da questo commercio
5. I venditori in spiaggia vendono beni contrabbandati e contraffatti, infrangendo la legge, causando perdite allo Stato e ai produttori di beni di lusso, senza pagare le tasse	5. Il grado di sovrapposizione è così basso che il commercio dei venditori in spiaggia ha effetti solo marginali sull'attività dei commercianti regolari

Rivisitando questi risultati, D.Nelken ha rilevato come sorgessero, dal lato dei ricercatori, ulteriori interrogativi.

Quanto al punto 1: pur rimanendo vero quanto rilevato, il fatto cioè che i venditori in spiaggia per larga parte si auto-organizzassero, ed evitassero così anche i conflitti tra loro senza che ci fosse un'organizzazione (tanto meno criminale) a farlo; e pur rimanendo vero che solo il 30% di loro risultava sprovvisto di regolare permesso di soggiorno; il fatto che esistessero quel 30% di "irregolari", ed un 17% di merci contraffatte, può essere assunto come rassicurazione ma pure invece come dato che preoccupa, anche perché proprio tra

i soggetti in posizione più debole, o in presenza di merci illegali e dunque di sequestri ripetuti, potrebbero insinuarsi forme di intervento e protezione da parte del crimine organizzato.

Quanto al punto 2: il punto cruciale aveva a che fare con il modo in cui i venditori in spiaggia ottenevano le loro merci. La ricerca aveva mostrato che per la grande maggioranza acquistavano dagli stessi grossisti che rifornivano gli altri commercianti; e che per di più alcuni immigrati di lunga data avevano cominciato ad essere grossisti loro stessi. Solo il 30% circa delle merci – per lo più provenienti dalla riviera stessa, da Bologna, da Bergamo, da Milano, da Roma e altre città veniva anche da località come Napoli da una parte, San Marino dall'altra, per le quali potevano darsi sospetti sulle fonti di provenienza. Di nuovo il dato è rassicurante, ma forse si sarebbe potuto approfondire il significato di questo 30% di provenienze dubbie.

Quanto al punto 3: è comune a molti casi di “problemi sociali” la credenza che il problema cresca esponenzialmente e rischi di uscire fuori controllo. Era dunque importante che i dati della ricerca mostrassero una tendenza alla “saturazione” del mercato e alla stabilità dei numeri, anche per questo motivo. Si potrebbe però obiettare che questo non giustifica l'assunzione secondo la quale sarebbero necessariamente rimasti agli stessi livelli il tipo e la qualità dei beni venduti dai venditori di spiaggia.

Quanto al punto 4: i dati concernenti la disposizione dei turisti italiani e stranieri nei confronti della vendita in spiaggia mostravano sì che per lo più i turisti, specie stranieri non ne venivano disturbati, ma l'enfasi avrebbe potuto essere posta anche sulla consistente minoranza di coloro che dicevano esserci “troppi” venditori, o che accusavano una qualche forma di disturbo.

Quanto al punto 5: i 3/4 dei commercianti regolari intervistati pensavano di essere in competizione con i venditori in spiaggia, mentre la ricerca mostrava che c'era sovrapposizione solo per un piccolo numero di merci, e che questo problema poteva facilmente essere risolto se solo i negozi avessero smesso di vendere proprio quelle merci. Non solo si sarebbero potute affrontare più dettagliatamente queste questioni, ma soprattutto si sarebbe dovuto trattare di un problema che allora non venne considerato, e cioè di quanto per i negozianti la preoccupazione non fosse tanto connessa a perdite materiali quanto al fatto di percepire la vendita in spiaggia come un affronto in se stessa.

Sulla base di questi punti di comparazione e di rivisitazione critica, D.Nelken è giunto a riconsiderare il rapporto generale tra la caratterizzazione della vendita in spiaggia come problema di “ordine pubblico” o piuttosto come “problema sociale”. Considerato che le Forze dell'Ordine preposte al controllo e al contrasto del fenomeno – in un tempo nel quale già si cominciavano ad invocare forme di controllo privatistico come le “ronde” – usavano strategie ora di carattere preventivo, ora di carattere repressivo, che certo contenevano il fenomeno, ma che in alcuni casi rischiavano di contribuire a renderlo pericolosamente sommerso, il dilemma dei ricercatori, nell'enfatizzare il problema di ordine pubblico o piuttosto

quello sociale, consisteva nel chiedersi se fosse maggiore il danno causato dalla vendita abusiva in spiaggia o il pericolo di danni connesso a reazioni eccessive ad essa. Nell'affrontare tale dilemma chiaramente i ricercatori stessi venivano a prendere posizione rispetto al fenomeno e ai diversi attori implicati. La loro speranza venne riposta nel favorire l'attenzione verso tutte le alternative possibili fra gli estremi del lasciar correre e della repressione eccessiva. Un'idea era che si potessero trovare forme di regolarizzazione del lavoro in spiaggia che contenessero al massimo la deriva da situazioni irregolari verso situazioni nettamente illegali: era l'idea che fosse possibile trovare un posto per persone senza un posto nella società italiana.

Rivisitando concettualmente quella ricerca circa dieci anni dopo, e tenuto conto delle diverse critiche che le erano state mosse, tra le quali quella di essere troppo schierata dalla parte dei venditori in spiaggia, Nelken concludeva che in realtà il problema della vendita abusiva in spiaggia, come molti altri problemi sociali, non può essere "risolto" ma solo gestito in modi quanto più possibile consonanti con i valori politici e con lo sforzo di non peggiorare la situazione.

Grazie a tutti questi precedenti di ricerca, e alla rivisitazione concettuale e critica di alcuni di essi, abbiamo potuto impostare le domande inerenti alla presente ricerca, e soprattutto alla dimensione dell'apprendimento reciproco da noi ritenuta fondamentale, tenendo conto della pluralità degli attori, della complessità delle relazioni tra di loro, del mutamento di queste nel tempo, in breve del mutamento sia di caratteristiche del fenomeno stesso della vendita in spiaggia sia del contesto in cui questo è venuto e viene a collocarsi nel riminese, valendoci anche dei risultati delle altre ricerche effettuate.

Qui abbiamo dunque accordato priorità all'esigenza di condurre una nuova rilevazione diretta - tramite osservazione ed interviste brevi - della presenza dei venditori abusivi sull'arenile riminese, perché proprio questa rilevazione era stata in realtà effettuata solo nella prima ricerca, a metà degli anni '90, senza che poi ce ne fossero ulteriori verifiche, ad eccezione dei conteggi periodicamente condotti dalle Forze dell'Ordine, per lo più per via aerea (da elicottero).

Se quantitativamente le nostre rilevazioni e stime collimano con tali conteggi - almeno per quanto concerne i mesi di luglio-agosto 2008 - va anche notato che questi ultimi, proprio per la modalità con cui vengono effettuati, non sono in grado di fornire caratteristiche essenziali quali le provenienze dei venditori, le loro condizioni personali (sesso, età, ecc.) e sociali, il tipo di merce effettivamente venduta da ciascuno.

Ci è parso necessario anzitutto verificare se e fino a che punto il fenomeno fosse stabile nel tempo o andasse aumentando anche in riferimento a tali caratteristiche qualitative.

Come aveva ipotizzato giustamente D. Nelken ci siamo così trovati di fronte non un aumento quantitativo ma delle sostanziali variazioni di tipo qualitativo, sul piano sia delle provenienze sia delle merci vendute e dei servizi offerti.

Si è già visto, nel capitolo 9, come le provenienze siano mutate consistentemente, in sintonia con il più complessivo mutamento dei flussi migratori verso l'Italia e verso la regione, con una netta prevalenza attuale dei venditori in spiaggia provenienti dall'Asia, e particolarmente da Cina e Bangladesh, su quelli provenienti dal Maghreb e dall'Africa, e particolarmente dal Marocco e dal Senegal. In certo senso questo fa sì che i residenti, i turisti, gli operatori, gli addetti ai lavori ed anche noi ricercatori ci troviamo di fronte un "altro" fenomeno.

Allo stesso modo si è già visto nel capitolo 9 come sia significativamente mutata la tipologia delle merci vendute e dei servizi offerti, con un'incidenza sempre più netta di questi ultimi (massaggi, tatuaggi, treccine), come in parte rilevato già nell'indagine della Provincia di Rimini del 2002. Anche in questo caso ci si trova almeno parzialmente in presenza di un "altro" fenomeno.

Per noi è allora divenuto importante conoscere meglio la realtà dei paesi di maggiore provenienza, soprattutto per quanto concerne la vendita in strada in quei paesi – come abbiamo fatto nel capitolo 3 – e il tipo di rapporti che essi intrattengono con il nostro paese in materia migratoria. E' divenuto anche importante tornare a verificare quali rapporti si siano venuti ad instaurare, in questa mutata situazione, tra i venditori in spiaggia, tra loro e i fornitori, tra loro e il contesto più in generale. In parte queste verifiche coincidono con dimensioni del fenomeno già studiate da precedenti indagini, particolarmente da quella del 1997, e già ripensate nella relativa rivisitazione concettuale.

Altro aspetto fondamentale, date le mutate circostanze, era quello di tornare ad indagare gli eventuali legami con la criminalità organizzata: non solo e non tanto sul piano della percezione di tali eventuali legami, da parte dei mass media, dell'opinione pubblica e degli addetti ai lavori, come pure si è fatto ai capitoli 11 e 12; quanto piuttosto proprio nel senso dell'effettività di tali legami per come la si è potuta appurare parlando con gli immigrati e tenendo conto dell'operato in tal senso delle Forze dell'Ordine. A quest'ultimo livello, non avendo potuto disporre in tempo di alcuni dati che pure avevamo richiesto, ci siamo basati essenzialmente sulle relazioni della DIA (Direzione Investigativa Antimafia), su altre statistiche e sulle dichiarazioni di testimoni esperti informati.

Abbiamo scelto di selezionare gli immigrati da intervistare non tanto in base alla nazionalità, al sesso, all'età, quanto piuttosto in base al tipo di attività esercitata – venditori in spiaggia di beni dell'uno o dell'altro tipo; venditori in spiaggia di servizi; rifornitori al dettaglio e all'ingrosso; testimoni esperti immigrati – anche proprio per avere da essi quante più informazioni e considerazioni possibili in merito alle problematiche appena menzionate che più ci interessava approfondire.

Per le interviste brevi, tutte realizzate direttamente in spiaggia, ci eravamo riproposti di intervistare almeno uno ogni 5 venditori che incontravamo, obiettivo parzialmente raggiunto, poiché in alcuni casi ci sono stati dinieghi da parte degli intervistati legati alla difficoltà di comunicare adeguatamente in lingua italiana (o

francese o inglese); oppure alla loro esigenza di non perdere tempo dedicato al lavoro; o ad altre ragioni ancora. Nel complesso però, tenuto conto del fatto che i dettaglianti e i grossisti da noi intervistati hanno tutti svolto attività ambulante in spiaggia nel passato, siamo riusciti a mantenere la proporzione desiderata.

Prima di realizzare le interviste abbiamo svolto due colloqui in profondità presso testimoni immigrati significativi, uno proveniente dal Maghreb (O.) e professionalmente impegnato nella difesa dei diritti dei lavoratori italiani ed immigrati ormai da anni, l'altro proveniente dall'Africa sub-sahariana (N.) e titolare di una ditta privata di servizi (*Money transfer*) per gli immigrati. Da loro ci siamo fatti indicare anche i primi soggetti da intervistare che avessero esercitato attività ambulante sull'arenile ed esercitassero oggi attività di commercio regolare, al dettaglio o all'ingrosso, in qualità di dipendenti o di titolari di impresa. A questi stessi soggetti abbiamo poi chiesto di indicarcene altri, procedendo come si dice tecnicamente "a valanga", fino a raccogliere il totale delle 20 interviste in profondità che intendevamo compiere.

In sintesi, con tutte queste persone abbiamo cercato di approfondire le seguenti tematiche:

- Ragioni dell'emigrazione e della scelta dell'attività di venditore in spiaggia;
- Condizioni di esercizio di tale attività, e particolarmente:
 - collocazione sull'arenile e rapporti con gli altri venditori in spiaggia;
 - rapporti con le Autorità preposte e con il contesto cittadino;
- Condizioni di vita quotidiana lungo l'arco del tempo in cui si esercita la vendita in spiaggia (dimensione della quale abbiamo progressivamente realizzato l'importanza a mano a mano che ci siamo resi conto del fatto che la maggior parte dei venditori non risiedono a Rimini) e condizioni di vita e di lavoro di chi oggi non esercita più tale attività;
- Eventuali difficoltà con la legge italiana, eventuali storie pregresse di sequestri amministrativi e penali della merce, eventuali contatti con fornitori e protettori ai limiti della legalità se non dichiaratamente criminali.

12.2. Uno sguardo complessivo sull'abusivismo commerciale degli immigrati a Rimini

Abbiamo chiesto ai testimoni immigrati intervistati all'inizio di descriverci se e come, secondo loro, il fenomeno dell'abusivismo commerciale degli immigrati in spiaggia era venuto mutando lungo l'arco di questi ultimi dieci anni. Significativamente tutti e due (O., N.) hanno indicato come primo aspetto di tale mutamento, a loro avviso molto consistente, la crescita delle attività autonome, soprattutto da parte degli immigrati asiatici. La vendita in spiaggia non rappresenterebbe, secondo loro, altro che una parte, la più povera o la più temporanea, di questo fenomeno complessivo.

C'è sicuramente del vero in quanto affermano i nostri testimoni: lo confermano i dati sull'imprenditoria immigrata di cui al capitolo 5 e quelli sul lavoro autonomo, fisso e ambulante, negli stessi settori merceologici della vendita in spiaggia (di cui al capitolo 7). Ciò che colpisce maggiormente è però l'insistenza dei nostri intervistati sulle due ragioni fondamentali per le quali oggi si vende in spiaggia: cioè perché in spiaggia si trova a vendere chi vorrebbe esercitare una attività autonoma ma non ci riesce o non ha i mezzi; e chi invece esercita tale attività, temporaneamente, come primo lavoro, appena arrivato in attesa di meglio collocarsi, o come ultimo lavoro perché si è troppo vecchi per farne altri o perché questo consente maggiore flessibilità. Secondo O., di certo miglior conoscitore della realtà maghrebina, i più anziani – tutti provenienti dal Maghreb – verrebbero qui solo nel periodo estivo, quasi per abitudine, trascorrendo ormai la maggior parte del tempo nei loro paesi. O verrebbero anche perché i loro figlio ormai lavorano qui, nei mercati, dunque come venditori ambulanti regolari, oppure come lavoratori dipendenti. I più veloci ad inserirsi nel mondo delle attività autonome di commercio al dettaglio o anche all'ingrosso sarebbero i cinesi, dei quali sia N. sia O. hanno rilevato la compattezza interna e la scarsità di rapporti con l'esterno; notando però ambedue come con l'esterno non sussistano neanche particolari conflittualità.

Ambedue hanno poi sottolineato la presenza in spiaggia – per propensione al lavoro autonomo o per ragioni di redditività – di molti, generalmente provenienti dal Senegal, dal Maghreb o dal Bangladesh, che lavorano durante l'anno come operai metalmeccanici o come dipendenti di cooperative di produzione, i quali si dedicano a vendere in spiaggia nel mese di chiusura della fabbrica o nel periodo, che può protrarsi più mesi fino all'intera stagione, di sospensione dal lavoro in cooperative. Nell'uno e nell'altro caso – hanno affermato i nostri testimoni e ci è stato confermato da molti intervistati – si riescono a raggiungere dei guadagni netti da poter inviare completamente alle famiglie nei paesi di origine, molto più che nei mesi di retribuzione da lavoro dipendente, dalla quale vanno scalate le quote necessarie per l'affitto, il mantenimento ed altro.

Questo tipo di motivazione temporanea al lavoro in spiaggia coinvolge anche alcune donne, soprattutto senegalesi, che durante il resto dell'anno esercitano attività di lavoro dipendente o che sono semplicemente casalinghe. Per loro, il mercato del lavoro regolare non domestico è altamente discriminante e il lavoro in spiaggia risulta paradossalmente più dignitoso. A differenza per esempio di certi lavori di pulizia o simili, non si deve subire l'umiliazione di essere continuamente rifiutate o di venire assunte per brevissimi periodi e licenziate all'improvviso.

Complessivamente in tutti questi casi, calcolano i nostri testimoni (N. con particolare competenza dato il suo lavoro), chi vende in spiaggia riesce a guadagnare fra i 1.000 e i 5.000 euro mensili, talora di più. E, come si è già detto, sottratte le spese necessarie all'acquisto della merce, sono tutti fondi destinati alle famiglie nei paesi di provenienza.

Le merci vengono per lo più acquistate dai grossisti e dai dettaglianti che vendono in riviera e nella stessa città di Rimini. Sono ormai quattro i grossisti importanti e più di dodici quelli minori che vendono a Rimini, essendo immigrati che avevano cominciato esercitando il mestiere di venditori ambulanti in spiaggia. In qualche caso le merci arrivano direttamente dai paesi di origine o da quelli vicini, dall'India, dalla Thailandia, dalla Cina: merce che si compra a 20-50 centesimi per rivenderla a 3-5 euro al pezzo. In genere le merci vengono pagate in contanti e, soprattutto se acquistate a Rimini e in riviera, dietro regolare fattura. Ambedue i nostri testimoni ritengono che questa modalità di approvvigionamento copra l'80-85% delle modalità di approvvigionamento dei venditori in spiaggia.

Tra quelli che si riforniscono in altre città italiane, solo qualcuno pare rivolgersi a Napoli o a San Marino, mentre c'è più interesse per le città della regione e i grandi centri commerciali come Milano o Roma.

Va notato che la scelta delle fonti di approvvigionamento della merce dipende anche spesso probabilmente dai contatti che il venditore immigrato ha con i suoi conterranei. È significativo ad esempio il fatto che a Roma ci sia una consistente immigrazione dal Bangladesh occupata, fin dai primi anni '90, proprio nel commercio di abbigliamento, di bigiotteria, di minutaglie ed altro (Knights, 1997). È a questi fornitori che molti bengalesi preferiscono rivolgersi. Fu peraltro da Roma che partirono nei primissimi anni '90 alcuni cittadini del Bangladesh che scoprirono la Riviera romagnola e Rimini come mete ideali per la vendita in spiaggia e in strada, facendo discreti guadagni con la scrittura dei nomi sui chicchi di riso. La letteratura in materia e le testimonianze da noi raccolte concordano nell'indicare come l'approdo a Rimini da questi paesi di provenienza relativamente nuovi, come il Bangladesh, sia un approdo di tipo secondario (il che significa che si arriva a Rimini dopo essere passati per altre province italiane), e che sia per lo più indotto da catene migratorie di carattere familiare, amicale o di provenienti dalle stesse zone del paese di origine. È significativo in questo senso che quasi tutti gli immigrati del Bangladesh a Cesena provengano da Feni, una piccola città a sud di Dhaka e che la maggior parte dei bengalesi a Rimini provenga da Comilla, una ancor più piccola città ad est della capitale. Quanti di loro vendono in spiaggia bigiotteria o anche argento hanno generalmente già compiuto un certo percorso, magari inizialmente come venditori di fiori in strada, e godono nella loro condizione attuale di una qualche rispettabilità, almeno entro la comunità immigrata. Ci è stato riferito che normalmente acquistano la loro merce pagando prima in contanti, presso grossisti di Roma o locali, tutti generalmente del Bangladesh anche loro, sempre eventualmente con l'aiuto delle reti di cui si è detto sopra; e che tendono, appena possibile, a far lavorare accanto a loro qualche altro connazionale.

È sempre attraverso questo tipo di contatti che si è venuto ampliando il novero di quanti, spesso anche essi provenienti dal Bangladesh, offrono in spiaggia il servizio dei tatuaggi all'hennè. Si tratta di un lavoro che non richiede grandi investimenti iniziali, né strumenti di lavoro, e che può essere svolto da tutti, senza

che ci sia bisogno di particolari abilità, dato che i disegni dei tatuaggi sono già predisposti, che vengono applicati sulla pelle dei bagnanti con una sorta di decalcomania, e poi ridisegnati con quel particolare tipo di inchiostro, la cui traccia scompare in pochi giorni. I nostri testimoni ed altri intervistati ci hanno riferito che il prezzo di un tatuaggio può andare dai 2 ai 10 euro, e che può accadere di farne fino a venti al giorno.

Sappiamo meno sull'offerta del servizio dei massaggi, essendo questo meno noto ai nostri testimoni ed essendo risultato difficile intervistare un congruo numero di operatrici dei massaggi, quasi tutte cinesi, in attività sull'arenile. Da una di loro, e da altri intervistati ci è stato riferito che anche questo sarebbe un lavoro che si fa all'arrivo, nei primi tempi, o solo temporaneamente durante la stagione estiva. Le donne che fanno massaggi con le quali abbiamo potuto brevemente parlare in spiaggia ci hanno detto che prendono 15 euro per un massaggio su tutto il corpo, 10 per un massaggio solo parziale e che, quando tutto va bene, arrivano a farne 10-15 al giorno.

Diversa è l'attività lavorativa dei cinesi e delle cinesi che vendono in spiaggia, presso postazioni fisse o semi-fisse autorizzate, o anche in maniera itinerante, generi di abbigliamento oppure fermagli per capelli e cose simili. Ci hanno riferito loro stessi e ci è stato confermato da altri che in quasi tutti questi casi si tratta di commercianti, per lo più dettaglianti, che esercitano con regolare licenza in piccoli negozi di Rimini o delle vicinanze, e che trovano conveniente integrare la loro attività con la vendita in spiaggia. Da notare come in questi casi quest'ultima possa difficilmente essere ritenuta abusiva anche laddove manchi l'espressa autorizzazione municipale a vendere sull'arenile, cosa della quale peraltro sono munite le postazioni fisse e semi-fisse. Ci è stato indicato infine come questo tipo di commercio, anche svolto in forma ambulante sull'arenile, esprima solo una piccola parte del coinvolgimento degli immigrati cinesi nel lavoro autonomo poiché molti altri si orientano alla vendita di articoli elettrici ed elettronici, di servizi informatici, all'apertura di agenzie immobiliari e simili, oltre alle più tradizionali imprese di ristorazione.

Risultano essere molto meno che nel passato gli africani in genere e soprattutto i senegalesi che vendono in spiaggia. Per lo più molti hanno trovato lavoro come dipendenti e tornano a vendere sull'arenile solo nella stagione estiva, venendo da altre città dell'Emilia Romagna ma anche da Milano, Torino ed altre città del nord. Anche essi perlopiù si approvvigionano dai grossisti e dai dettaglianti locali, con due eccezioni. Una è quella di chi commercia artigianato etnico, di solito sculture di legno o simili, o ancora abbigliamento etnico, approvvigionandosi direttamente in Senegal o anche in Nigeria, Kenya e altrove. L'altra è quella dei venditori, una minoranza e piuttosto giovani di età, che trattano perlopiù merce contraffatta. Di questi ultimi qualcuno dice di rifornirsi nel napoletano o all'estero, ma in genere sono elusivi sull'argomento e neanche i nostri testimoni hanno saputo essere più precisi in materia. Nella grande maggioranza i senegalesi vendono però abbigliamento, bigiotteria, altri oggetti ed

anche quelli tradizionali come asciugamani ed ombrelli. Questi ultimi generi, ci hanno riferito i nostri testimoni, non si trovano però più oggi a pochissimo prezzo come avveniva un tempo, e costituiscono quindi merci non molto redditizie. Ad esempio un tempo si potevano acquistare gli ombrelli ad un euro per poi rivenderli a cinque. Oggi occorre acquistarli a 5 ed è difficile rivenderli a 10. “Il mercato lo fa la vendita all’ingrosso, non lo fanno i venditori in spiaggia, e questo costituisce per loro un’incognita in più”, ci ha detto O., con particolare riferimento ai venditori del Maghreb e del Senegal.

Da questo primo sguardo complessivo che i nostri testimoni immigrati hanno ricostruito per quanto riguarda l’abusivismo commerciale degli immigrati sulla riviera riminese emerge anzitutto una conferma del mutamento intervenuto in questi dieci anni, che noi abbiamo rilevato quantitativamente con particolare riferimento alle provenienze dei venditori e alle attività di vendita in spiaggia; e che loro ci hanno ribadito con maggiore enfasi sul passaggio del lavoro immigrato in genere da dipendente ad autonomo.

Una seconda considerazione di rilievo è che sempre meno il lavoro di commercio abusivo in spiaggia sembra costituire un primissimo approdo, direttamente connesso all’arrivo nel nostro paese. Anche chi lo esercita come occupazione dei primi tempi, cioè, viene perlopiù da altre città italiane, cerca altre prospettive di inserimento a lungo termine, e viene indirizzato verso questa attività stagionale da familiari, parenti, amici, compaesani.

Questo da un lato evidenzia come le ragioni dell’emigrazione si distanzino sempre più dalle motivazioni di scelta dell’attività di venditore in spiaggia. In altre parole chi emigra, alla ricerca di un lavoro o di una migliore qualità della vita, o anche perché deve fuggire a condizioni di vita impossibili, difficilmente approda direttamente a Rimini, in riviera, all’abusivismo commerciale in spiaggia. Dall’altro lato però il modificarsi dei flussi migratori e delle relative catene incide considerevolmente sulle modalità con le quali immigrati recenti e meno recenti arrivano a Rimini, in riviera, all’abusivismo commerciale. Ciò risulta evidente ad esempio nel caso del Bangladesh, di cui si è detto. Nei primi anni ’90 e soprattutto nell’afflusso massiccio di bengalesi a Roma, esercitavano un ruolo significativo gli specialisti di *adam bepari*, cioè, in bengalese, di traffico umano. Non dei trafficanti veri e propri, ma dei facilitatori che organizzavano il viaggio, l’arrivo e il primo inserimento dalle città principali del paese di provenienza alla capitale italiana (Knights, 1997, p. 127). Oggi invece si arriva a Rimini o a Cesena da centri minori, come Comilla e Feni, facilitati dai parenti, dagli amici, dai compaesani di più antica immigrazione. Può apparire paradossale dunque ma il consolidarsi delle attività di tipo autonomo da parte degli immigrati, includendo tra questi il commercio in spiaggia, ha in realtà aiutato i flussi migratori - come nel caso considerato - a divenire essi stessi maggiormente regolari e trasparenti.

La scelta dell’attività di vendita in spiaggia si precisa sempre meno come un ripiego generale all’impossibilità di trovare altre collocazioni lavorative - in effetti tra tutti i nostri intervistati solo due fanno i venditori ambulanti abusivi “di

professione”, esercitando in spiaggia d’estate e in strada, in luoghi abituali, durante le altre stagioni – e sempre più come un’occupazione integrativa ovvero come attività esercitata all’inizio, mentre si cerca un’altra collocazione, o alla fine o ancora, in qualche caso, durante i periodi di disoccupazione o inoccupazione (come avviene per certi dipendenti di cooperative di produzione che lavorano solo alcuni mesi l’anno).

12.3 Le condizioni di esercizio dell’attività di venditore ambulante abusivo (e non) in spiaggia

Abbiamo chiesto ai nostri testimoni e a tutti gli intervistati di descriverci quanto più dettagliatamente possibile come avvenisse la scelta del proprio posto sull’arenile, come fossero i rapporti con gli altri venditori in spiaggia e con le Autorità preposte che li intervengono, dove si procurassero la merce e come andassero le loro attività. Abbiamo chiesto inoltre come fossero i rapporti più complessivi con il contesto cittadino.

A quest’ultima domanda abbiamo ottenuto risposte da meno di 1/4 degli intervistati, poiché gli altri non vivono a Rimini neanche nel periodo in cui vendono in spiaggia: vengono da Cesena o Senigallia o da altre località vicine, e arrivano la mattina presto, perlopiù in treno, rifacendo lo stesso viaggio nel tardo pomeriggio.

Complessivamente la scelta del proprio posto sull’arenile non ha comportato e non comporta particolari problemi. I venditori presso postazioni fisse e semi-fisse hanno il loro posto-vendita assegnato da, o concordato con, le Autorità municipali; lo allestiscono ogni mattina, spesso fanno una pausa all’ora di pranzo, coprendo le merci con teloni legati, e riprendono le attività nel pomeriggio fino ad una certa ora. Ci sono poi i venditori abusivi con postazioni abitudinarie, per esempio nei bagni situati verso la metà del Lungomare di Vittorio, o nella zona Nord. Anche loro arrivano la mattina, abbastanza presto, allestiscono la loro postazione con cartoni, o teli, o tavolini, espongono la merce e di solito si trattengono lì fino ad una certa ora del pomeriggio. Non è raro che siano costretti a spostarsi di qualche metro a causa della marea. È comunque significativo che la mattina presto, nelle zone da loro frequentate, anche prima del loro arrivo si trovino gruppetti e gruppi più numerosi di bagnanti che li aspettano. E appena hanno allestito le loro postazioni è facile vedere un certo numero di persone che passeggiano lungo la riva e si fermano a considerare le loro merci. Quando si tratta di venditori africani e senegalesi è facile che accanto a loro si sistemino – con una sedia, un cartellone che espone l’offerta e il sacco dei materiali necessari – le donne senegalesi che fanno le treccine.

Ci ha raccontato ad esempio S., donna senegalese di Dakar, da 11 anni in Italia, che lei viene a Rimini solo l’estate. Abita a Torino, è sposata, ha tre figli di

14, 11 e 4 anni, gli ultimi due nati qui. A Torino non lavora ma, per aiutare il difficile bilancio familiare, collabora ogni tanto con dei negozi di parrucchiere. Durante la stagione estiva i parenti la assistono prendendosi cura dei figli e lei viene a esercitare in riviera. Una treccina costa 5 euro, le treccine complete possono costare fra i 20 e i 40 euro. “E’ un buon lavoro – ci dice – ma certi giorni si lavora e certi no e poi la stagione è corta”. S. viene a prendere il suo posto presso un mercatino di africani: non per paura, ci spiega, ma perché almeno si può chiacchierare durante la giornata quando non si lavora. A Torino ha molti amici italiani, a Rimini no. Quando sta qui vive in una piccola pensione, dove divide la stanza e le spese con un’altra donna. I suoi familiari sono ormai quasi tutti in Italia, a Torino o in altre città. Solo il padre è rimasto in Senegal: e, con i soldi guadagnati nella stagione, S. riesce ad aiutare anche lui. L’unico problema serio, ci dice, è che negli ultimi anni e negli ultimi tempi vengono fatte più multe e sono multe più forti. Lei ne ha avuta una da 5.000 euro, una cifra impossibile da pagare, e da pagare tutta in una volta stante il suo bilancio e la sua situazione familiare. S. ha trovato allora un avvocato italiano che si occupa del suo caso, gli ha pagato 300 euro e sta aspettando, ma ancora non sa niente di questa sua vicenda amministrativa. “Io so che non posso fare finta di niente, e neanche voglio, ma voglio che le cose mi siano fatte con giustizia, per questo sono andata dall’avvocato”.

Non lontano da lei c’è M., venditore - senegalese anche lui - di statue di legno che prende dal Kenya e dall’India, attraverso intermediari di sua fiducia, e dispone con gusto su un telo. Appena arrivato si era insediato a Faenza, facendo vari lavori e trovandone uno fisso da dipendente in una fabbrica di ceramica, dove lavora tuttora. Ha trovato un’abitazione più conveniente a Bologna e normalmente fa il pendolare. D’estate, durante il periodo delle ferie, viene a vendere in spiaggia. È orgoglioso di avere una rete fissa di estimatori e di acquirenti, e di ritrovare molti di questi – sia italiani sia stranieri - anno dopo anno. M. non ha la licenza per vendere in spiaggia. È certo un immigrato regolare, che durante l’anno lavora regolarmente e che durante l’estate cerca di integrare il suo bilancio vendendo le sue statue in legno. Ma anche questa attività lui vorrebbe esercitarla il più regolarmente possibile: sta dunque ben attento a farsi fare tutte le ricevute, e ogni mattina controlla attentamente di avere con se le ricevute corrispondenti ai pezzi che espone. “Non mi fanno le multe – dice – e non mi sequestrano la merce perché sanno che io ho la ricevuta del grossista e che voglio fare le cose in regola”. Ci spiega che lui vende in quella postazione ormai da molto tempo e che non ha quasi mai avuto a che dire con altri in proposito. Ci racconta che c’è una sorta di contrattazione periodica sulle collocazioni sull’arenile, immaginiamo sia nello stile delle contrattazioni in tanti paesi arabi e africani, e che generalmente ci si mette d’accordo senza problemi. Quando qualcuno arriva magari prima e cerca di prendere il suo posto sono spesso gli altri già arrivati a far presente a costoro che non è possibile. E se qualcun altro cerca di ottenere un posto lì vicino con la prepotenza sono in genere gli altri, tutti quelli che si sono già accordati, a

spiegargli che non è possibile. Questo sistema di accordi – cosa che ci appare molto rilevante e che M. stesso ci fa notare – non vige solo tra senegalesi o tra africani, ma tra tutti i venditori in spiaggia, almeno quelli che vendono così, creandosi delle loro postazioni, e non in forma itinerante. Rimini M. la conosce pochissimo, perché qualche volta si ferma da amici o se no torna a Bologna: ma ci riferisce che a lui sembra una città ospitale.

Mentre siamo ancora vicino all'insieme di postazioni dove stanno S. e M. arrivano altri due africani, con i cartoni e dei borsoni, che vorrebbero sistemarsi accanto agli altri, ma vengono invitati a spostarsi. Non riusciamo a sapere perché. Possiamo fare solo un'ipotesi. Tra tutti i venditori che hanno le loro postazioni lì quella mattina, nessuno espone merce palesemente contraffatta. Che sia questo il problema, che ci sia una sorta di controllo che viene esercitato in questo senso anche tra gli stessi venditori (magari per evitare di attirare l'attenzione delle Autorità)? Non ne abbiamo conferma. Sta di fatto che ripassando in quella zona il pomeriggio di un altro giorno abbiamo trovato altri venditori, africani e maghrebini, che vendevano anche borse, cinture, occhiali, scarpe e maglie e altri vestiti, esponendo insieme merce contraffatta e non. Può darsi che le contrattazioni per la collocazione delle postazioni sull'arenile contengano anche una sorta di accordi sugli orari, e qualcosa di simile a un sistema di turni, ma nessuno degli intervistati ce lo ha confermato esplicitamente. Di certo, a quanto abbiamo potuto osservare e a quanto ci è stato riferito, si organizzano in maniera tale che i venditori che espongono merce contraffatta si trovano ad essere abbastanza isolati, in certe zone ed in certi orari soltanto.

H. è un venditore itinerante che incontriamo da solo, alcuni bagni più vicini al centro. Ci dice che è indiano, di Calcutta, ma che fin da giovanissimo ha vissuto in Bangladesh, dove ha studiato matematica, ma anche esercitato il mestiere di venditore in strada. Lì ha la sua famiglia e manda i soldi, specie quelli che guadagna in riviera d'estate vendendo bigiotteria e qualche oggetto d'argento. In Bangladesh, ci spiega, uno stipendio può arrivare al massimo a 50 euro al mese: lui, se va bene, in riviera guadagna 70-100 euro al giorno. Ne spende pochissimi per la sua sopravvivenza qui, dorme a Senigallia, dando un modesto contributo spese per l'abitazione ad amici, e, tolta l'alimentazione, non ha altre particolari esigenze. Con quello che guadagna in riviera riesce dunque ad aiutare consistentemente i familiari in Bangladesh. Il resto dell'anno lo passa a Napoli, dove vive molto modestamente e lavora in una fabbrica dove cuce. All'inizio aveva un permesso di soggiorno, ma poi non è riuscito a rinnovarlo, e adesso si trova in situazione irregolare. I suoi amici di Senigallia invece hanno tutti il permesso, e lo aiutano, per quanto possibile, ma lui ha paura: "la tv parla sempre di clandestini e dice sempre male dei clandestini. Io sono musulmano, ho 35 anni, mi sono sempre comportato bene, lavorando, ma sto in questa situazione e non so cosa succederà se mi prendono". Finora in spiaggia è accaduto che la polizia municipale lo abbia fermato e gli abbia sequestrato la merce, senza multa. "Anche

per questo – ci dice – vendo così poco argento. Perché le altre cose si riprendono presto, ma l'argento vale”.

Z.N. del Marocco ha una postazione fissa, vende abbigliamento e qualche capo di vestiario etnico, indossa con orgoglio il suo tesserino con il nome, la fotografia e la dicitura “esercente autorizzato”, rilasciato dal Comune di Rimini. Ha la licenza in spiaggia per l'intera stagione e riesce ad avere anche uno o due aiutanti durante la giornata. Rilascia meticolosamente ricevuta fiscale, scrivendo su un blocchetto prestampato, timbrato con il suo nome e la sua condizione di vendita. “Sono contento – ci dice – di questo risultato. Sono stato ambulante per anni”.

Tra Lungomare Murri e Lungomare Di Vittorio incontriamo altri due venditori itineranti del Bangladesh. Uno più giovane, ci dice che è arrivato in Italia da due anni e che vive a Milano, dove vende occhiali (si presume in strada, ma non ce lo ha specificato). Viene in riviera per tre mesi, offre tatuaggi perlopiù piccoli, a 3-5 euro l'uno, e va a dormire a Cesena, in un alloggio con altri sette connazionali.

L'altro, che appare suo amico, ci dice che viene da Dhaka; e vende bigiotteria. Ha regolare permesso di soggiorno. Passa tre mesi in riviera, abitando presso conoscenti a Rimini, e poi trascorre l'anno a Milano, dove vende argento indiano. Quello che vende in spiaggia lo porta solo in parte da Milano perché a Rimini – ci dice – c'è un ottimo grossista, uno solo, ma un vero grossista di merce buona. Ci riferisce di non avere quasi mai avuto problemi con le Autorità in spiaggia, ma di essere preoccupato per quelli come il suo amico, perché la situazione sta diventando più dura per gli immigrati in generale, non solo per quanti vendono abusivamente in spiaggia.

Dalla parte opposta della riviera, presso alcune postazioni lungo la riva in zona nord convivono venditori africani, senegalesi, maghrebini e indiani. Alcuni di loro stanno lì da sempre, altri si sono voluti aggiungere e solo alcuni sono stati accettati, perché se no erano troppi. Ad altri ancora è stato quindi consigliato di cercare un altro posto o di vendere in maniera itinerante. Quelli raccolti lì vendono manufatti senegalesi in legno, vestiti africani, vestiti e chincaglieria a bassissimo prezzo, bigiotteria indiana ma anche maglie, borse, orologi e occhiali a firma contraffatta. Un giovane del Senegal, che vende vestiti a bassissimo prezzo, ci racconta di esercitare questo mestiere ormai da anni. D'estate a Rimini, dove vende questa merce in spiaggia, e dove comunque abita tutto l'anno in un alloggio collettivo con altri connazionali. Durante l'anno vende invece in giro nelle città della Romagna, presso luoghi collaudati, offrendo merci diverse, in parte pezzi d'artigianato senegalese, in parte accendini, calzini, tovagliette e simili. Per un po' ha cercato di trovare un altro lavoro, ci racconta, ma poi ci ha rinunciato e si è accontentato di rimanere un venditore ambulante, anche se con quello che guadagna riesce appena a provvedere a se stesso. Nell'ultima settimana, ci riferisce, è andata bene, perché c'era tanta gente e non ci sono stati controlli. Qualche tempo prima nel corso dei controlli un suo connazionale era stato malmenato, e c'era stata molta paura, soprattutto tra gli africani.

Diverse donne cinesi, che offrivano massaggi, ci hanno detto che non potevano fermarsi a parlare con noi, e qualcuna forse non ha neanche capito cosa le chiedevamo, facendo semplici gesti di diniego e allontanandosi. Le poche con le quali siamo riusciti a parlare (cinque in tutto), ci hanno parlato quasi soltanto del loro lavoro, del tipo di massaggi che praticano, di quanto costano, del fatto che nei giorni buoni riescono a fare 10-15 massaggi e anche di più. Due ci hanno riferito di aver imparato a fare i massaggi quando erano ancora in Cina, e di averli fatti anche lì (non siamo riusciti a sapere da nessuna delle due se allora si trattasse di un'attività commerciale oppure no, e con quali modalità venisse eventualmente svolta). Ad una abbiamo chiesto come facevano ad organizzarsi per andare ad offrire il loro servizio nelle diverse zone dell'arenile, e ci ha spiegato che vengono a piccoli gruppi, più o meno sempre dagli stessi valichi, e si dividono le zone in cui passare. E poi, ci ha spiegato, se una vede che in una certa zona ci sono troppe massaggiatrici, passa oltre e va altrove. La loro organizzazione lungo l'arenile appare dunque abbastanza fluida: ma stanno bene attente – e una di loro ce lo ha confermato esplicitamente – ad avvisarsi l'un l'altra quando ci sono dei controlli, avvisando anche quelle che non appartengono al loro piccolo gruppo. Nulla ci hanno detto dei loro rapporti con il contesto riminese. Una sola ci ha detto: “Rimini è una bella città”.

Un tipo di organizzazione analoga hanno i venditori di aquiloni e talora di altri giocattoli. Loro in generale non girano tra gli ombrelloni ma percorrono l'arenile lungo la riva, facendo attenzione – ci ha detto uno di loro – ai gruppi di bagnanti tra i quali ci sono bambini. I loro clienti migliori sono i genitori che stanno con i loro bambini presso il bagnasciuga. A differenza di chi offre tatuaggi e massaggi, loro non propongono la loro merce: quando vedono i gruppi con bambini si fermano, fanno volare alto l'aquilone che portano sempre con se camminando, e si mettono ad armeggiare con gli altri aquiloni, aspettando che qualcuno gli si avvicini. “In genere funziona”, ci ha detto il nostro interlocutore. Nei giorni buoni, in cui c'è bel tempo e tanta gente in spiaggia, riescono a venderne anche 25-30, per un prezzo che in genere arriva al massimo a 5 euro. Ma spesso ne vendono meno. Li comprano da grossisti locali: e questo sia che i venditori soggiornino a Rimini nel periodo in cui esercitano la loro attività in spiaggia, sia che vengano da fuori. Lo stesso ci hanno detto alcuni venditori del Maghreb e dell'Africa subsahariana che vendono solo altri giocattoli (palloni, bolle di sapone, bambole, talora piccoli giochi in scatola), perlopiù girando tra gli ombrelloni. Anche loro si riforniscono da grossisti, talora da dettaglianti, locali. “Non si guadagna molto – ci ha detto uno di loro, ma si sta tranquilli, perché non è merce pericolosa”.

Abbiamo infine cercato di comprendere quali siano le condizioni di lavoro di quanti aiutano l'esercente autorizzato nelle postazioni fisse regolari collocate lungo l'arenile. Queste di solito vendono vestiti o articoli da spiaggia (costumi, bandane, parei ed altro), e sono gestite perlopiù da italiani o da cinesi, ma gli aiutanti sono anche maghrebini e in qualche caso africani. Cinque di loro ci hanno

detto di essere parenti del titolare della licenza. Altri quattro non ci hanno risposto in merito, e ci hanno detto di aspettare il titolare per parlare con lui, o con lei.

12.4 Condizioni di vita quotidiana dei venditori in spiaggia e condizioni di vita e di lavoro di chi oggi non esercita più tale attività

O. ed N. – ormai da tempo residenti e sistemati dal punto di vista abitativo oltre che lavorativo – ci hanno descritto tutti e due una situazione molto difficile della vita quotidiana di chi vende in spiaggia. I provenienti dal Bangladesh e dalla Cina, quelli che temporaneamente soggiornano a Rimini, vivono spesso in 8-10 persone in case piccole. Si danno i turni, c'è chi cucina e c'è chi pulisce; e si dividono le spese. Anche i senegalesi spesso vivono in alloggi collettivi, ma in genere non sono più di tre o quattro per casa. Anche per una casa molto piccola e periferica un affitto mensile non costa meno di 600-800 euro; e chi lavora in spiaggia tende a risparmiare quanto più possibile sulle sue spese di vita quotidiana, per utilizzare tutto quello che può in rimesse. N. ci ha precisato che i problemi dell'abitazione e della vita quotidiana sono consistenti anche per quei non molti venditori in spiaggia che vivono qui con le loro famiglie. Tra i tanti problemi, si è aggiunto di recente quello che impone di segnalare se qualcuno che non appartiene al nucleo familiare viene a stare, anche temporaneamente, nella stessa casa. Per cittadini che vengono da paesi asiatici e africani, in genere abituati alla massima ospitalità pur nella povertà della vita quotidiana, l'idea di non poter ospitare neanche per poco un parente, un amico, un compaesano, è molto pesante. E d'altra parte hanno capito che per la legge italiana questa ospitalità verrebbe a costituire un reato (di favoreggiamento): ciò li mette in grossa difficoltà.

Solo tra i cinesi, in particolare fra i piccoli dettaglianti, capita poi che ci siano singoli e nuclei familiari che abitano e lavorano negli stessi locali, adattandoli al meglio, ma generalmente in spazi piccolissimi.

S., come si è detto, divide la stanza di una piccola pensione con un'altra donna. M. torna spesso a Bologna, ma certe sere si ferma a dormire da amici a Rimini. H., che vende in zona nord, vive con altri senegalesi in un alloggio collettivo che il comune ha aiutato a sistemare. Anche L., appena arrivato nel 1998, direttamente a Rimini, era andato a stare a casa di amici senegalesi, e vendeva in spiaggia. Oggi è commerciante regolare in un piccolo negozio etnico di alimentari, ha qui la sua famiglia, moglie e figlio nato a Rimini, e vive in affitto.

Ma tra gli attuali venditori in spiaggia i più, provenienti dal Bangladesh e dall'Asia soprattutto, abitano altrove, a Senigallia, a Cesena, in altri centri vicini.

C'è però anche chi dorme in strada. M2. È in Italia da dieci anni, sei dei quali passati a Milano. Lavorava come metalmeccanico ma ha perso il lavoro ed è venuto a Rimini, dove ha dei familiari. Non volendo pesare su di loro, anche per

orgoglio, e non riuscendo a trovare un altro lavoro, ha fatto la stagione in spiaggia. A volte dorme dai suoi parenti, a volte da amici. Ma sempre non volendo pesare spesso si rivolge alla Caritas o ad altri enti, dove però trova da dormire solo per qualche notte. E non sono mancate, ci ha detto, le volte in cui ha dormito in strada.

Anche I., senegalese, anziano, è in Italia da tanti anni, dal 1986. È stato a Roma e a Milano, facendo lavori precari. Ma appena ha avuto i documenti in regola ha trovato un lavoro regolare in fabbrica. Da quattro anni ha perso quel lavoro e ha cominciato a vendere in spiaggia a Rimini, inizialmente venendo solo d'estate, poi rimanendoci tutto l'anno. Per dormire si rivolge lui pure alla Caritas e ad altri enti. Ma – ci dice – il vero problema è per mangiare. Vendendo ombrelli in spiaggia spesso non riesce ad avere abbastanza soldi. Si è organizzato allora con alcuni amici senegalesi, tra i quali lui è il più anziano, e mangiano insieme in casa di uno di loro, dividendo le spese. “Il vero problema di chi vende in spiaggia – insiste – è guadagnare abbastanza per vivere”. Lui è solo in Italia, non è sposato, ma lo stesso incontra così tante difficoltà nel vivere. Ci dice che non vede futuro, e che purtroppo anche in Italia adesso c'è più razzismo, per cui è diventato difficile vivere da qualunque parte, per un motivo o per un altro.

Non abbiamo incontrato venditori in spiaggia provenienti da Ravenna. Ci abbiamo fatto attenzione perché ci era stato segnalato dalle Autorità un certo movimento di venditori abusivi da quella città. Certo, avendo noi ascoltato un soggetto ogni cinque incontrati, potrebbero esserci sfuggiti. O, più probabilmente, se un movimento di questo tipo esiste, si tratta di persone che frequentano Rimini solo per le ore in cui vendono in spiaggia.

In effetti, la vita quotidiana nella città di Rimini coincide con la maggior parte degli intervistati solo con il lavoro in spiaggia. Sono pochissime le descrizioni del resto della giornata. Solo gli esercenti autorizzati con postazione fissa si allontanano in genere per il pranzo, alcuni chiudendo la postazione, altri lasciandola ai loro aiutanti. Gli altri venditori, sia quelli che allestiscono le proprie postazioni lungo l'arenile, sia quelli che esercitano la loro attività in maniera itinerante, si fermano a mangiare qualcosa in spiaggia, dove passano praticamente tutta la giornata. Alcuni di loro poi la sera si spostano a vendere sui lungomare o sulle vie dell'interno.

Molti sono pendolari della spiaggia, e devono aggiungere alle loro spese anche quelle del trasporto. Ma tutti fanno molta attenzione ad essere sempre muniti del biglietto; ed alcuni ci hanno fatto notare che sono molto attenti a munirsi anche del biglietto dell'autobus ad ogni viaggio, perché si deve ma anche perché si sanno facilmente riconoscibili, viaggiando con le loro borse o i loro sacchi di plastica. E hanno sempre abbastanza paura.

Ad eccezione dei pochi residenti a Rimini, nessuno degli intervistati ci ha parlato di contatti con uffici e servizi ai cittadini, si trattasse di servizi sociali o altro. È come se la città, per loro, almeno nelle sue espressioni istituzionali, fosse

rappresentata solo dalla Polizia Municipale e da quelle altre Forze dell'Ordine che possono incontrare in spiaggia.

Anche per quanto riguarda i servizi sanitari, solo qualcuno ne ha fatto menzione. Una donna, soggiornante temporanea, ha avuto bisogno del dottore, e peraltro si è trovata bene. I nostri testimoni ci hanno riferito che facilmente, che quando si tratta di esigenze sanitarie, se è proprio necessario, ci si rivolge all'ospedale, al pronto soccorso. Ma molti ricorrono a tali servizi proprio solo quando è estremamente necessario.

Molto diversa è la situazione, nella vita quotidiana e di lavoro, per chi oggi risiede e esercita come commerciante regolare a Rimini, pur avendo cominciato come venditore di spiaggia. A. e H. hanno cominciato così. Sono arrivati 12 anni fa, vendevano in spiaggia, dormivano in un alloggio molto affollato con conoscenti. A differenza di altri come loro provenienti dal Bangladesh, A. e H. hanno cominciato a vendere prima in spiaggia e poi in strada. Ma sono riusciti a risparmiare qualcosa e così hanno cominciato a vendere nei mercatini rionali. Sono fratelli e abitano insieme. Uno ha qui la sua famiglia, l'altro convive con lui. Sogna di avere una famiglia e dei figli: ma per poterlo fare dovrà tornare in Bangladesh, almeno per un po', perché non vuole sposarsi qui. Dice che qui teme che i suoi sogni di uomo musulmano non vengano capiti. Ci hanno messo 11 anni per avere il negozio, dove vendono un po' all'ingrosso e un po' al dettaglio. Hanno dovuto dare 60.000 euro di buonuscita e pagano 900 euro al mese di affitto per un locale non molto grande. Ma sono molto contenti: hanno tanti clienti, anche italiani, diverse centinaia. Gli italiani ed alcuni altri acquistano generalmente all'ingrosso. I venditori in spiaggia meno, spesso prendono solo pochi pezzi, a seconda di come vanno loro le giornate. E tanti vanno da loro a chiedere lavoro, a chiedere come si può fare per la vita quotidiana. Ad A. e H. il lavoro va bene per tre o quattro mesi all'anno. Nei mesi restanti lavorano in pareggio, talora in perdita, ma continuano a dire che sono contenti, sia del lavoro, sia della casa. Il problema della casa – ci dice H. – è un problema serio, soprattutto per i non regolari, ma è brutto per tutti. A loro è andata bene – prosegue – perché si sono sempre aiutati. Ma anche perché vanno molto bene i rapporti con gli italiani, quasi tutti, che vivono o lavorano nella loro stessa via. “C'è una grande solidarietà con gli italiani – ci dice A. – certe volte mangiamo insieme e mi hanno fatto perfino un prestito in denaro. Sono stato 5 anni a Napoli, lì hanno il cuore buono, ero in difficoltà io e i miei parenti in Bangladesh, mi hanno prestato 500 euro e io li ho restituiti in un anno. Loro sanno che noi siamo un paese di poverini. A me non sembra vero che qui ho persino la macchina”. Ma ci raccontano ancora che non a tutti va così bene: ci sono quelli che, per le multe o per altre ragioni, hanno dovuto chiudere e tornarsene al paese.

B. ogni tanto lavora con loro. Ma fa anche commercio ambulante regolare. È contento anche lui ma lamenta che è difficile avere rapporti con la burocrazia. Anche A. e H. condividono questa difficoltà: fare le buste paga, provvedere ai versamenti iva, i conteggi Inps. Concordano tutti e tre che i rapporti migliori sono

quelli con la Guardia di Finanza, che ogni tanto va a fare ispezioni, e che c'era stata anche di recente: la Guardia di Finanza controlla tutto, e loro sono contenti che sai così e sono contenti di essere trovati in regola. Ci dicono orgogliosamente che con la Guardia di Finanza non hanno avuto mai problemi, anche se talvolta la Polizia Municipale aveva fatto sorgere dei dubbi.

Dell'ultimo controllo sono particolarmente contenti, perché ha posto fine ad una vicenda inquietante. Il proprietario di uno stabile nelle adiacenze aveva sostenuto pubblicamente che tutti i commercianti della via lavoravano in nero. Ciò aveva destato preoccupazione, e qualche protesta tra i commercianti italiani. Ma aveva inquietato molto i dettaglianti ed i grossisti immigrati. La visita della Guardia di Finanza li ha grandemente rassicurati. Ma li ha rassicurati e li rassicura pure, ci dicono, la vita quotidiana intessuta di buoni rapporti con gli altri commercianti della via e soprattutto con gli italiani.

Abbiamo chiesto conferma al gestore di un pubblico esercizio che si trova a metà di quella via. Lavora lì da sette anni, e ha fatto in tempo ad assistere personalmente alla trasformazione della strada, dove prima c'erano piccole botteghe tenute da locali, che vendevano vino o altri generi. Piano piano – ci dice – quei locali sono stati rilevati da bengalesi e cinesi, che hanno cominciato a vendere altre merci, dalla bigiotteria all'oggettistica, dagli orologi agli alimentari. “Ma va bene – ci dice il nostro interlocutore – c'è grande convivenza. Ognuno di noi fa il suo lavoro, c'è chi viene a mangiare e bere qui, e io ogni tanto vado a comprare lì, non c'è nessun interesse a disturbarci l'uno con l'altro. E soprattutto ci fanno molta attenzione loro, perché sono gli ultimi a cui convenga avere problemi”.

I.A. ha un negozio più grande in una zona non lontana. È del Bangladesh, sta in Italia da oltre 15 anni. Come tanti suoi connazionali, è arrivato a Roma e ha cominciato a lavorare come commerciante con dei soci all'Esquilino, a Piazza Vittorio. C'è stato 12 anni. Ma poi ha avuto problemi con i soci, che erano semplici conoscenti, né parenti né gente della sua città: ed ha cominciato a sognare di mettersi in proprio. Allora ha cominciato a vendere come ambulante regolare, all'inizio. Ma si era fatto una grande esperienza e sceglieva bigiotteria ed argento di qualità. Così gli affari gli sono andati bene. Arrivato a Rimini da tre anni ha potuto aprire un suo negozio di cui va molto fiero. Ogni anno va in India a scegliere la merce, si mette d'accordo con i grossisti di lì, importa direttamente e tutto in maniera regolare. Ha trovato una formula commerciale, vende piccoli oggetti molto economici ad un euro, ma anche rubini ed altre pietre che costano 600 euro al grammo. “È vero – ci dice – che in questo modo lavoro più d'estate e meno d'inverno, ma io riesco a lavorare tutto l'anno perché ho roba buona”. Vende a grossisti italiani e non, a migliaia di pezzi, ma vende anche a singoli italiani e turisti. Ha una clientela fissa: ce lo dice e ce ne rendiamo conto di persona, perché mentre siamo lì ad intervistarlo arrivano due signore, una italiana e una straniera e si salutano caldamente con lui, e si mettono a conversare a lungo da vecchi amici. Ma vende pure ai venditori di spiaggia. Poco dopo entra un

acquirente africano che gli spiega di essere appena arrivato, e gli chiede consiglio su quale merce vendere. Si accordano sugli ombrelli e si mettono a contrattare. Alla fine l'africano compra dodici pacchi d'ombrelli per 140 euro, e riceve regolare ricevuta fiscale.

Anche L., senegalese, ce l'ha fatta. Non è riuscito a mettersi in proprio ma lavora come dipendente, commerciante regolare, in un piccolo negozio etnico di alimentari, frequentato da molti senegalesi. È contento del suo lavoro, della sua vita, della sua casa in affitto, di poter vivere con la sua famiglia. “Non sono preoccupato per il mio futuro – ci dice – ma per quello di mio figlio, oggi bambino, sì. Perché da quando sono arrivato in Italia, e anche qui a Rimini, il razzismo è molto cresciuto, e non so davvero come sarà la situazione quando sarà grande lui. È anche un problema politico...”.

12.5 Eventuali problemi con la legge italiana, storie di multe e sequestri, eventuali contatti o limiti della legalità

Un'ultima questione, e molto delicata, abbiamo cercato di tener presente realizzando le interviste con i nostri testimoni, i venditori in spiaggia e gli altri. Si tratta della questione dei rapporti con la legge italiana, non solo per quanto attiene ai problemi di soggiorno, alle normative commerciali e ai quotidiani controlli amministrativi, ma per quanto attiene all'area specifica dell'illecito, della contraffazione, degli eventuali contatti con fornitori e protettori ai limiti della legalità se non dichiaratamente criminali.

Di certo il crimine organizzato, come noto in Italia, non è presente a Rimini, stante quanto messo in luce dalla DIA (Direzione Investigativa Antimafia) in un rapporto reso noto a metà del 2007, sull'andamento del crimine organizzato nel nostro paese e anche nella regione.

In Emilia Romagna, vi si legge, “sono presenti soggetti cutresi e di Isola di Capo Rizzuto in Reggio Emilia e reggini in Bologna (cosca Facchineri). Le consorterie calabresi costituiscono un tramite privilegiato per le attività criminali riferibili anche alle aree di origine, per le attività di estorsione ed usura in danno di imprenditori originari della Calabria ma anche per le intromissioni nel settore della distribuzione, del traffico di sostanza stupefacenti e del reimpiego dei capitali illeciti. Nelle città di Parma, Reggio Emilia e Piacenza sono presenti elementi delle cosche Grande Aracri e Cannolo-Dragone, con interessi nel settore del gioco d'azzardo, dell'edilizia e della gestione di bische clandestine” (www.interno.it/mininterno/export/sites/default/it/assets/files/14/0900_rapporto_criminalità.pdf, 196).

Rimini non risulta direttamente interessata da questi fenomeni. Ma una serie di indagini locali ha messo in luce come fin dagli anni '90 fossero venuti aumentando, sia pure con oscillazioni e regressioni, i reati che vengono considerati tipici della crescita del crimine organizzato (Città Sicure, 2004).

Questi reati in se stessi hanno a che vedere con il problema della vendita abusiva in spiaggia?

Sarebbe stato necessario disporre dei dati di polizia relativi all'area riminese quanto ai denunciati e agli arrestati per contraffazione e riciclaggio, comprensivi delle nazionalità di provenienza, nel tempo e alla data odierna, per poter verificare se e fino a che punto questi ultimi reati, più direttamente connessi al fenomeno sotto osservazione, seguono l'andamento degli altri crimini. Purtroppo non ci è stato possibile ottenere tali dati in tempo utile.

Abbiamo interpellato dei funzionari esperti, che ci hanno confermato che a Rimini non c'è criminalità organizzata. Ma ci hanno anche detto che ci può essere una "opportunità criminale". È cioè possibile che frange di organizzazioni criminali cerchino di insinuarsi; e che, per quanto riguarda la vendita in spiaggia, si insinuino laddove la catena delle attività di vendita si rivela più debole o più interessata.

Deboli sono le situazioni nelle quali, magari in seguito a ripetuti sequestri e a multe ingenti, uno o più venditori si trovano nell'impossibilità materiale di proseguire la loro attività; potrebbero allora venire offerte loro forme di protezione, e forniture di beni da vendere, di questa origine. Interessate sono le situazioni nelle quali non ci sono, o sono cadute, le remore ad acquistare e vendere merce contraffatta, pur sapendo che ciò costituisce un illecito, perché si ritiene che questa sia una fonte di maggiore guadagno, o di maggiore guadagno in minore tempo, e si è disposti a correre i rischi conseguenti.

Mentre circa la metà dei nostri intervistati ha avuto multe e o sequestri, per lo più di tipo amministrativo, in nessuna delle interviste raccolte sono emersi direttamente o indirettamente elementi che facciano pensare a situazioni deboli nel senso descritto sopra. C'è chi ha messo l'avvocato; chi semplicemente non paga le multe; chi si ritiene fortunato per non aver subito multe ma solo il sequestro della merce, e piano piano ricostruisce l'attività come può. I pochi con i quali siamo riusciti a entrare più direttamente in argomento hanno escluso che ci si affidi alla protezione e alla fornitura di beni da parte di altri che non siano reti familiari, amicali, di solidarietà tra provenienti dalla stessa città o dallo stesso paese. E' facile immaginare che, se qualcuno aveva fatto ricorso ad altre forme di protezione e forniture, o se sapeva di terzi che non vi avevano fatto ricorso, difficilmente lo avrebbe comunque raccontato a noi. Per quanto possiamo comunque riferire sull'andamento dei colloqui, ci è parso che ci fosse come un senso di sorpresa quando provavamo ad avvicinarci a questo argomento: in due o tre casi è stato chiaro che appariva strano non solo che degli immigrati che vendevano in spiaggia potessero rivolgersi a degli italiani per trovare protezione e forniture allorché erano in difficoltà, ma anche che esistessero degli italiani disposti a fornirle loro (altro è, evidentemente, il fatto di rivolgersi a grossisti italiani quando si può regolarmente pagare, che accade abbastanza spesso).

Ci siamo imbattuti però in alcune situazioni interessate, essenzialmente di due tipi. Da un lato c'è chi, dopo aver subito multe e sequestri, ha cercato di rifarsi in

fretta attraverso il commercio abusivo di merce contraffatta. Dall'altro lato ci sono coloro, spesso più giovani, che sono attirati dal guadagno facile che il commercio di questo tipo di merce consente. Alcuni di loro dicono apertamente che vendendo poche unità in poche ore si guadagna molto di più che commerciando altri beni per giorni interi.

13. Conclusioni. L'abusivismo commerciale da parte dei cittadini immigrati a Rimini: un "nuovo" fenomeno? Valutazioni interpretative ed operative

Alla fine di questa ricerca ci sembra di poter dare ragione sia a chi sostiene che l'abusivismo commerciale in spiaggia a Rimini c'è sempre stato e non presenta caratteristiche particolarmente diverse dal passato o allarmanti, sia pure a chi dice che l'abusivismo commerciale in spiaggia oggi a Rimini costituisce un fenomeno nuovo, non completamente sotto controllo, che resta da conoscere e contrastare.

Ci sembra di poter dare ragione agli uni e agli altri, perché effettivamente la vendita in spiaggia e l'abusivismo commerciale sono fenomeni ben noti fin dal secondo dopoguerra se non prima, ma sono mutati particolarmente dagli anni '70, con l'arrivo dei venditori immigrati, per infine trasformarsi ulteriormente negli ultimi dieci anni.

Questo mutamento tuttavia non è di tipo quantitativo. Uno dei risultati più evidenti della rilevazione delle presenze di venditori ambulanti sull'arenile riminese nell'estate del 2008 è che la quantità complessiva dei soggetti e delle presenze sui 15 chilometri del litorale cittadino non si discosta da quella rilevata da un'altra *equipe* di ricerca nel 1995-96 (Città Sicure 1997). Abbiamo incontrato circa 500-510 soggetti perlopiù immigrati dediti alla vendita in spiaggia, regolare o abusiva, e abbiamo constatato presenze che oscillano – a seconda delle giornate e della stagione – tra un minimo di 250 ed un massimo di 400 al giorno; dati confermati per lo stesso periodo dalle rilevazioni aeree compiute dalle Forze dell'Ordine.

Se dunque il fenomeno considerato è "nuovo", non lo è davvero sotto il profilo quantitativo. Diversi testimoni ed operatori da noi intervistati hanno segnalato un carattere di "novità" attribuendolo ad un aumento quantitativo. Ma loro stessi hanno anche considerato l'esistenza di alcuni mutamenti qualitativi. E la ricerca ci dice che sono questi ultimi i mutamenti effettivamente rilevanti, particolarmente per quanto concerne:

- le provenienze dei venditori in spiaggia;
- il rapporto di stanzialità o meno con la città di Rimini;
- il tipo di beni o piuttosto di servizi messi in vendita.

Prima di soffermarci però su queste caratteristiche "nuove" dell'abusivismo commerciale dei cittadini immigrati a Rimini, è forse utile ripercorrere brevemente le tappe della ricerca.

Nella prima parte del presente rapporto, di tipo più teorico, abbiamo anzitutto approfondito i confini e le sovrapposizioni tra formalità e informalità economica (cap.1), mettendoli a confronto con la realtà e i mutamenti del commercio ambulante e dell'economia etnica (cap. 2). Considerate le diverse tipologie di quest'ultima, e dunque dell'imprenditoria immigrata, abbiamo ipotizzato che potesse essere rilevante un ulteriore tipo, che abbiamo chiamato

“impresa rifugio”, identificandola non rispetto al prodotto e alla clientela, bensì rispetto alla marginalità economica e alla bassa qualificazione dell’attività svolta. Di questo tipo di attività, in larga parte coincidente con il commercio ambulante - abusivo e non - siamo stati anche in grado (grazie alla collaborazione dell’Ufficio Studi e Statistica della CCIAA di Rimini) di fornire una descrizione statistica accurata e aggiornata all’estate 2008 (cap.7).

Dopo aver dunque inquadrato le attività commerciali ambulanti in genere e l’abusivismo in maniera particolare, ci siamo concentrati sullo studio del rapporto tra processi migratori e vendita in strada nelle società di partenza oltre che in quella d’arrivo (cap.3). Abbiamo così approfondito le caratteristiche della vendita in strada, di cibo ma anche di altri prodotti, nei paesi dai quali maggiormente provengono gli immigrati in Italia, nella regione, a Rimini. Per meglio comprendere se e come la vendita in strada venisse e venga regolata in questi paesi, e come in essi agiscano le diverse politiche pubbliche, abbiamo esaminato in particolare alcuni casi in Asia e in Africa (specificamente: Bangladesh, Sri Lanka, Senegal). In questo modo abbiamo potuto cogliere, almeno in parte anche quale sia il bagaglio di tradizioni lavorative e imprenditoriali e di conoscenze e competenze nel rapporto con le istituzioni che i venditori immigrati portano con sé dai loro paesi di origine. Se da un lato è emerso come la vendita in strada costituisca spesso un’occupazione temporanea o più prolungata tipicamente connessa ai processi migratori – che si tratti di spostamenti dalle campagne alle città, o da città a città, o anche da un paese ad un altro – dall’altro lato è emerso come in molte situazioni si tratti di un’attività che pone problemi, in termini di localizzazione delle vendite, di igiene per quelle alimentari o simili, ma che arreca anche benefici in termini di accessibilità economica a beni e servizi altrimenti difficilmente reperibili.

Nella seconda parte, dopo aver illustrato la metodologia della ricerca (cap.4), abbiamo esaminato più in dettaglio il rapporto tra economia e lavoro nel contesto locale riminese (cap.5), mettendo in evidenza la consistente incidenza del settore terziario che, pur con oscillazioni temporali, caratterizza il contesto locale anche rispetto a quello regionale e nazionale. Non stupisce dunque che anche i flussi migratori a Rimini (esaminati nel cap. 6) siano caratterizzati relativamente poco dalla presenza nei settori industriale e agricolo, a beneficio del settore dei servizi. Un dato significativo è che, anche probabilmente per la forte stagionalità di questo settore nel riminese, solo 1/3 circa degli immigrati vi risiede stabilmente negli anni. Altrettanto significativa è però, in particolare a partire dal 2000, la crescita dell’imprenditoria immigrata. Rispetto alle diverse fasi dell’immigrazione nel riminese già ipotizzate dagli studiosi a partire dagli anni ’70, ci è dunque parso di poter cogliere una “quinta fase”, relativa agli ultimi dieci anni, caratterizzata da una considerevole diversificazione interna dell’immigrazione, e dalla paradossale coesistenza di maggiore integrazione con maggiore marginalità.

In parte l’andamento del commercio ambulante in spiaggia, abusivo e non, segue l’andamento dei flussi turistici. Approfondendo questa relazione (cap.8)

abbiamo verificato come in realtà negli ultimi anni sia cresciuto il numero dei turisti che provengono dalle stesse aree e dagli stessi paesi dai quali provengono gli immigrati che vendono in spiaggia. Dalle stesse aree e dagli stessi paesi provengono anche molti imprenditori stranieri nel riminese, e in particolare quei titolari di imprese di piccolo artigianato, o di commercio all'ingrosso e al dettaglio, che trattano le stesse merci della vendita in spiaggia (cap.7).

È sulla base di tutte queste indagini particolari, di carattere teorico e statistico, ed ancora sulla base del confronto con le ricerche precedentemente svolte sulla vendita in spiaggia nella riviera emiliano-romagnola e a Rimini, che abbiamo condotto le nostre rilevazioni specifiche relative ai soggetti e alle presenze in spiaggia di venditori ambulanti immigrati, abusivi e non. Nei mesi di luglio-agosto 2008 abbiamo condotto sei distinte rilevazioni lungo i 15 chilometri dell'arenile, considerando i 151 bagni verso sud e i 76 bagni verso nord. Abbiamo, come si è detto, incontrato 500-510 soggetti e contato e stimato un numero di presenze quotidiane in spiaggia che va da un minimo di 250 a un massimo di 400 unità. Attraverso l'osservazione diretta e l'osservazione partecipante, abbiamo potuto registrare la provenienza nazionale, il genere e l'età dei venditori; il tipo o i tipi di merci e servizi venduti; le modalità di collocazione sull'arenile e di approccio alla clientela. Attraverso interviste brevi e colloqui in profondità abbiamo poi potuto ricostruire gli itinerari migratori e lavorativi, la qualità delle condizioni di vita quotidiana e di lavoro, le modalità di reperimento della merce e di vendita, il rapporto con le autorità locali (cap.9). Rispetto alle ricerche di dieci anni prima è risultato un mutamento molto significativo della composizione dei venditori in spiaggia a seconda della provenienza geografica – con un netto decremento percentuale dei provenienti dal Maghreb e dall'Africa, dal Senegal in particolare, a vantaggio dei provenienti dall'Asia, dalla Cina e dal Bangladesh in particolare – e a seconda del tipo di beni e soprattutto di servizi messi in vendita. Fortunatamente, la vendita di merci con marchi contraffatti, esercitata in tutto o in parte dal 17% dei soggetti considerati nel 1997, è risultata nel 2008 esercitata da meno del 10%. In concomitanza con la crescita assoluta e percentuale dell'offerta di servizi, quali massaggi o tatuaggi o treccine, rispetto alla vendita di beni, è aumentata anche la percentuale delle donne che vendono in spiaggia. Abbiamo poi rilevato le presenze per cento metri lungo l'arenile, che oscillano mediamente tra le otto e le dodici, a seconda degli orari e delle zone; e la frequenza dei passaggi nel tempo, che va mediamente da uno ogni tre a uno ogni cinque minuti.

Questo può forse giustificare il senso quasi di “assedio” indicato come problematico da alcuni operatori (tra quelli estensivamente ascoltati – cap.10). Ma in realtà sia tra gli operatori sia fra le Forze dell'Ordine sia tra gli immigrati stessi che vendono in spiaggia, i maggiori disagi sembrano meno connessi a questa supposta eccessiva incidenza di presenze, quanto all'esigenza di avere chiaro, o almeno più chiaro, il quadro in cui ci si trova ad operare. In questo senso le esigenze degli operatori e degli immigrati coincidono, anche per quanto riguarda

da un lato il rapporto tra vendita in spiaggia e immaginario turistico e dall'altro lato il problema della presenza e della vendita di merci contraffatte. A quest'ultimo riguardo in particolare va segnalato come la maggior parte dei venditori in spiaggia non sia meno preoccupata degli operatori e dell'opinione pubblica. Resta da chiarire allora quale tipo di prevenzione venga messa e si possa mettere ulteriormente in atto, oltre a mantenere stabili le consuete attività di contrasto.

Abbiamo constatato quanto possa essere importante, nell'originare e configurare la percezione del fenomeno, il ruolo dei mass media. Studiando circa 650 articoli della stampa locale in materia (cap.11) abbiamo rilevato come la stampa possa orientare l'attenzione verso la realtà dell'immigrazione e delle sue più ampie condizioni, oppure verso il crimine organizzato e i suoi eventuali rapporti con l'abusivismo commerciale. È chiaro che anche l'opinione pubblica tenderà a inquadrare di conseguenza la vendita in spiaggia come un tipo di commercio legato all'esperienza migratoria o invece una attività di tipo criminale. La stampa contribuisce pure a dare il nome ai soggetti interessati: se ogni 4 o 5 giorni si legge di "abusivi" e ogni 5 o 6 giorni si legge di "vu cumprà", lungo tutto il corso dell'anno, è difficile poi nominarli altrimenti.

Da ultimo abbiamo ascoltato proprio gli uomini e le donne immigrati che esercitano la vendita in spiaggia (cap.12). Tra i molti caratteri delle descrizioni che ci hanno fornito spiccano alcuni fattori ricorrenti: quasi tutti concordano nell'evitare di frequentare, o nell'allontanare, quei venditori che trattano merce contraffatta; mantengono per il resto tra di loro legami di solidarietà, sia che si tratti di venditori che integrano così i guadagni da altro lavoro lungo l'anno, sia che si tratti di persone alla prima o all'ultima esperienza lavorativa, sia che si tratti di venditori stabili o occasionali, e ancora sia che risiedano a Rimini sia che più frequentemente vengano ogni giorno da altre città limitrofe. Questi legami di solidarietà perdurano spesso anche quando chi vendeva in spiaggia è riuscito a stabilizzarsi esercitando attività di commercio come dipendente o come dettagliante o grossista in proprio. I protagonisti di queste storie "di successo" che abbiamo ascoltato in profondità ci hanno parlato a lungo anche della solidarietà con i "colleghi" cioè con i commercianti italiani che esercitano nella loro stessa zona, circostanza che ci è stata confermata da questi ultimi. Al migliorare delle condizioni lavorative e di vita migliora anche evidentemente il rapporto con le Autorità italiane: molti ci hanno raccontato delle visite e dei controlli della Guardia di Finanza come fattore per loro rassicurante. Resta il problema di quelle piccole quote di venditori in spiaggia che, per ragioni di debolezza o di interesse, possono vendere merce contraffatta anche senza preoccuparsi eccessivamente della provenienza di questa, o del tipo di rapporti che vengono ad avere con chi offre loro tale merce ed eventuale protezione.

Complessivamente ci sembra di poter dire che tutti i materiali della ricerca illustrano, per un verso o per un altro, un processo che potremmo definire di *apprendimento reciproco*. Ciò che a nostro avviso più caratterizza il mutamento

del fenomeno dell'abusivismo commerciale in spiaggia a Rimini in questi ultimi dieci anni è proprio questo processo. Da un lato gli immigrati che vendono in spiaggia hanno appreso e si trasmettono quelle regole che servono a rendere la loro attività quanto più regolare possibile. È significativo ad esempio che molti intervistati ci abbiano detto con orgoglio che non gli vengono mai sequestrate le merci perché loro hanno regolari fatture dell'acquisto presso grossisti, anche se non hanno - o non hanno ancora - la licenza per vendere. Dall'altro lato il contesto cittadino e per esso le Forze dell'Ordine hanno sempre più presente le distinzioni tra diversi tipi di irregolarità e di illeciti commessi vendendo in spiaggia, e tendono a privilegiare l'attività preventiva rispetto a quella meramente sanzionatoria. L'esistenza poi di un numero ormai significativo di "storie di successo", di venditori in spiaggia di un tempo, che oggi lavorano come dipendenti o come titolari in veri e propri esercizi commerciali, e che si sono stabiliti definitivamente a Rimini con le loro famiglie contribuendo all'erario e talvolta acquisendo già la cittadinanza, dimostra quale possa essere l'esito di questi processi di apprendimento reciproco.

Operativamente quindi appare più che mai necessario pianificare e predisporre tutte le misure a riguardo tenendo conto del lungo periodo, della possibilità cioè che soggetti temporaneamente di passaggio trovino la via verso la piena regolarizzazione e un rapporto di stanzialità con la città di Rimini.

Per quanto riguarda l'esigua percentuale dei venditori in spiaggia che trattano anche o solo merce contraffatta, specie se si trovano in posizioni di debolezza o di interesse tali da far pensare che non si tratti di un commercio occasionale, oltre a incentivare le forme di controllo sociale che già ci sono, anche tra gli stessi venditori in spiaggia, sembrerebbe opportuno predisporre programmi o interventi *ad hoc* per scongiurare il rischio che essi vengano a costituire l'anello debole attraverso il quale possano effettivamente insinuarsi esponenti del crimine organizzato.

Resterà certo un altro gruppo di venditori solo di passaggio, per una o più stagioni: ma questo non sembra costituire un grave problema, nei limiti quantitativi complessivi (si tratta di circa 500 soggetti) e con le caratteristiche qualitative di cui si è detto per una città che registra ad ogni stagione oltre 16 milioni di presenze turistiche.

L'équipe di ricerca,
Forlì, marzo 2009

Bibliografia di riferimento

- Aa. Vv., *Indagine sull'abusivismo commerciale nella Provincia di Rimini*, Osservatorio provinciale della sicurezza urbana, Provincia di Rimini, Rimini, 2002
- Ambrosini M. (a cura di), *Lavorare nell'ombra. L'inserimento degli immigrati nell'economia informale*, Quaderni ISMU n.10, Fondazione Cariplo ISMU, Milano, 1997
- Ambrosini M., *Utili invasori. L'inserimento degli immigrati nel mercato del lavoro italiano*, FrancoAngeli, Milano, 1999
- Ambrosini M., *La fatica ad integrarsi. Immigrati e lavoro in Italia*, Il Mulino, Bologna, 2001
- Ambrosini M., *Sociologia delle migrazioni*, il Mulino, Bologna, 2005
- Ardigò A., de Bernart M., Sciortino G. (a cura di), *Migrazioni, risposte sistemiche, nuove solidarietà*, FrancoAngeli, Milano, 1993
- Bagnasco A., *La costruzione sociale del mercato*, Il Mulino, Bologna, 1988
- Baptiste F., Zucchetti E. (a cura di), *L'imprenditorialità degli immigrati nell'area milanese*, Quaderni ISMU, 4, 1994
- Bateson G., *La pianificazione sociale e il concetto di deutero-apprendimento*, in Id., *Verso un'ecologia della mente*, Adelphi, Milano 1993
- Bhowmik S. K., "Street Vendors in Asia: A Review", in *Economic and Political Weekly*, 4, 2005, p. 2256-2264
- Bocagli F., Ambrosini M., *Una integrazione precaria*, Rilegatoria Varzi, Città di Castello, Rimini, 2000
- Bonacich E., "A theory of Ethnic Antagonism: The Split Labor Market", in *American Sociological Review*, n. 37, 1972, p. 547-559
- Bonacich E., "A theory of Middelman Minorities", in *American Sociological Review*, n. 38, 1972, p. 583-594
- Braudel F., *Civiltà materiale, economia e capitalismo (secoli XV-XVIII). Le strutture del quotidiano*, Einaudi, Torino, 1982
- Braudel F., *La dinamica del capitalismo*, il Mulino, Bologna, 1988
- Bromley R., "Street Vending and Public policy: a Global Review", in *The International Journal of Sociology and Social Policy*, 1/2, 20, 2000, p. 1-28
- Caritas, *Immigrazione. Dossier statistico 2008*, XVIII Rapporto, Edizioni Idos, 2008
- Catanzaro R., Nelken D., *Come si costruisce un problema sociale. Il commercio ambulante degli immigrati sulla riviera adriatica*, in G. Sciortino, A. Colombo, (a cura di), *Stranieri in Italia. Un'immigrazione normale*, Il Mulino, Bologna, 2003, 25-67
- Catanzaro R., Nelken D., Belotti V., *Luoghi di svago, luoghi di mercato. Abusivi, commercianti e turisti sulla riviera emiliano-romagnola*, Quaderni di Cittàsicure, n. 12, Novembre 1997

- Catanzaro R., Nelken D., Belotti V., "Un posto per vendere. I commercianti ambulanti irregolari sulla riviera romagnola", in Reyneri E., Minardi E., Scidà G., *Immigrati e lavoro in Italia*, Milano, FrancoAngeli, 1997
- Censis, *L'immagine degli immigrati e delle minoranze etniche nei media*, Rapporto finale, novembre 2002
- Cross J., Morales A., *Street Entrepreneurs. People, Place and Politics in Local and Global Perspective*, Routledge, Abingdon, UK, 2007
- Cross J., "Street Vendors, Modernity and Postmodernity: Conflict and Compromise in the Global Economy", in *The International Journal of Sociology and Social Policy*, 1/2, 20, 2000, p. 29-51
- de Bernart M., Migrazioni internazionali e pianificazione sociale, in Bertelli B. (a cura di), *La pianificazione sociale. Teoria, metodi e campi di applicazione*, Milano, Angeli, 1998
- de Bernart M., The Culture and Reality of Homelessness in the Postmodern City: the Italian case, in Huth M.J., Wright T., eds., *International Critical Perspectives on Homelessness*, Westport, Praeger, 1997
- FIVA, *Libro Bianco*, 2006
- Fiorani E., Politiche migratorie e abusivismo commerciale nella provincia di Rimini, in *Politiche e problemi della sicurezza in Emilia-Romagna*, Quaderni di Città Sicure, n. 32, Novembre/Dicembre 2006, p. 217-265
- Knights M., *Migrants as networkers: the Economics of Bangladeshi Migration to Rome*, in King R., Black R., eds. *Southern Europe and the New Immigrations*, Sussex Academic Press, 1997, 120ss
- Kloosterman R. & Rath J., "Immigrants entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored", in *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27 (2), 2001, p. 189-201
- Light I, Karageorgis S., "The Ethnic Economy", in Smelser N.J., Swedberg R., *The handbook of economic sociology*, Russell Sage foundation, Princeton University Press, NY, 1994
- Liu, J., *China in transition: Street Vendors gained Permission in Major Cities*, josieliu.blogspot.com/2007/03
- Lodigiani R., Commercio ambulante: settore rifugio o trampolino di lancio?, in Ambrosini M. (a cura di), *Lavorare nell'ombra. L'inserimento degli immigrati nell'economia informale*, Quaderni ISMU n.10, Fondazione Cariplo ISMU, Milano, 1997
- Yong Y., *Legalizing Street Vendors will increase City Employment*, CRIENGLISH.com, Feb. 2009
- Mingione E., Embeddedness/Incorporazione, in La Rosa M. & Laville J.L. (a cura di), *La sociologia economica europea. Un confronto italo-francese*, Sociologia del lavoro, FrancoAngeli, Milano, 2004, p. 119-137

- Nelken D., "Immigrant Beach Selling along the Italian Adriatic Coast: De-Constructing a social problem", in *Crime, Law and Social Changes*, 2007, p.297-313
- Piore M. J., *Birds of Passage, Migrant Labour and Industrial Societies*, Cambridge University Press, NY, 1979
- Pirenne H., *La città del medioevo*, Laterza, Bari, 1997
- Portes A., "The informal economy and its paradoxes", in Smelser N.J., Swedberg R., *The handbook of economic sociology*, Russell Sage foundation, Princeton University Press, NY, 1994
- Portes A., *The economic sociology of immigration. Essays on networks, ethnicity and entrepreneurship*, Russell Sage Foundation, NY, 1995
- Reyneri E., *Sociologia del mercato del lavoro*, Bologna, il Mulino, 1996
- Reyneri E., "Immigrazione e economia sommersa", in *Stato e mercato*, n. 53, 1998, p. 287-317
- Rete europea per l'emersione del lavoro non regolare, *Progetto europeo "Apprendimento reciproco e divulgazione"*, Roma, 2006
- Riccio B., "Migranti senegalesi e operatori sociali nella riviera romagnola", in *La Ricerca Folklorica*, 44, 2001, p. 65-76
- Rossigni A., *La metamorfosi di Rimini. Dalle botteghe all'ipergalattico. Identità, tradizione e non luoghi nel nuovo consumo*, Guaraldi Editore, Rimini, 2005
- Rullani E., 2004, *Economia della conoscenza: creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Carocci, Roma.
- Sassen S., *Le città nell'economia globale*, il Mulino, Bologna, 1997
- Sassen, S., "Two Stops in Today's New Global Geographies: shaping Novel labor Supplies and Employment Regimes", in *American behavioral Scientist*, 3, 52, 2008, p. 457-496
- Schneider F., Enste D. H., "Shadow Economies: Size, Causes and Consequences", in *Journal of Economic Literature*, XXXVIII/2000, 2000, p. 77-114
- Smelser N.J., Swedberg R., *The handbook of economic sociology*, Russell Sage foundation, Princeton University Press, NY, 1994
- Tinker I., *Street Foods: Urban Food and Employment in Developing Countries*, Oxford University Press, Oxford, 1997
- Waldinger R., Aldrich H., Ward R. (eds.), *Ethnic entrepreneurs. Immigrant business in Industrial Societies*, Newbury Park-London-New Delhi, Sage Publications, 1990
- Zanfrini L., *Sociologia delle migrazioni*, GLF editori Laterza, Roma, 2007
- Zurru M., *L'economia sommersa. IL gioco del formale e dell'informale*, FrancoAngeli, Milano, 2005