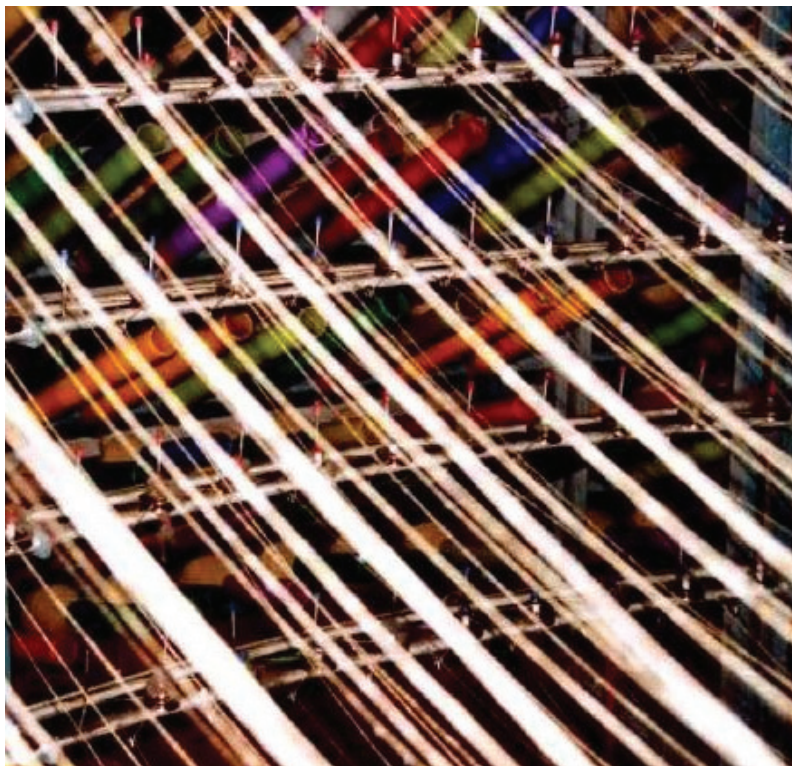


RELAZIONI LOCALI E TRANSNAZIONALI DELLE IMPRESE CINESI DI PRATO E LORO CONTRIBUTO ALL'ECONOMIA DELLA PROVINCIA

普拉托华人企业的跨国贸易关系以及他们对当地经济所做的贡献

Edizione bilingue: italiano-cinese



Provincia
di Prato



RELAZIONI LOCALI E TRANSNAZIONALI DELLE IMPRESE CINESI DI PRATO E LORO CONTRIBUTO ALL'ECONOMIA DELLA PROVINCIA



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

Autori:

Sabrina Iommi - IRPET (Capitolo 1)

Gabi Dei Ottati - Dipartimento di Scienze per l'economia e l'impresa, Università degli Studi di Firenze
(Capitolo 2)

Ivana Acocella e *Cecilia Manzo* - Dipartimento di Scienze politiche e sociali, Università degli Studi di
Firenze (Paragrafo 2.6)

Yili Zhang - Business School dell'Università di Wenzhou (Capitolo 3)

Stefano Rosignoli - IRPET e *Paola Biasi* - Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa,
Università degli Studi di Firenze (Capitolo 4)

Coordinamento:

Stefano Casini Benvenuti - Direttore IRPET

Sonia Soldani - Direttore Area sviluppo economico e valorizzazione dei servizi della Provincia di Prato

Cristina Corezzi - Funzionario Settore Sviluppo economico della Provincia di Prato

Allestimento editoriale:

Elena Zangheri - IRPET

Si ringraziano in particolare per i dati e la collaborazione fornita:

Camera di Commercio di Prato

Corpo della Polizia Municipale di Prato

Publiacqua S.p.a.

Immagine di copertina:

Fotografia di *Cristina Corezzi* (Provincia di Prato) ed elaborazione grafica di *Grazia Cadeddu* (IRPET)

Rapporto realizzato con il contributo economico della Provincia di Prato - Osservatorio sul sistema economico distrettuale e dell'Osservatorio economico provinciale.

ISBN 978-88-6517-065-6

© IRPET, Firenze - 2015

Indice

| | |
|--|-----|
| PRESENTAZIONE | 5 |
| 1. INTRODUZIONE: LA NECESSITÀ DELL'INTEGRAZIONE SOCIOECONOMICA | 7 |
| 1.1 Obiettivi del lavoro | 7 |
| 1.2 L'evoluzione dei fattori competitivi | 8 |
| 1.3 Indizi di integrazione | 11 |
| 1.4 Reti locali e reti internazionali | 17 |
| 2. LA RECENTE EVOLUZIONE DELLE IMPRESE CINESI DI PRATO: DIVERSIFICAZIONE E RELAZIONI TRANSNAZIONALI E MISTE | 21 |
| 2.1 Introduzione | 21 |
| 2.2 La ricerca empirica | 22 |
| 2.3 La recente evoluzione delle imprese cinesi a Prato | 23 |
| 2.4 Cause e conseguenze dell'evoluzione imprenditoriale rilevata | 31 |
| 2.5 Verso l'integrazione? | 33 |
| 2.6 Il <i>focus group</i> con imprenditori cinesi di Prato | 37 |
| 3. L'EVOLUZIONE DELLE RETI SOCIALI ED ECONOMICHE NEI CLUSTER DI IMPRESE: UN CONFRONTO TRA IL CLUSTER DELL'ABBIGLIAMENTO DI PRATO E QUELLO DI WENZHOU | 43 |
| 3.1 Introduzione | 43 |
| 3.2 I cluster dell'abbigliamento di Prato e di Wenzhou | 44 |
| 3.3 L'evoluzione dei cluster dell'abbigliamento di Prato e di Wenzhou | 49 |
| 3.4 I motivi dell'evoluzione delle reti dei cluster dell'abbigliamento di Prato e di Wenzhou | 56 |
| 3.5 I problemi derivanti dall'evoluzione del cluster del pronto moda di Prato | 67 |
| 3.6 L'evoluzione del cluster dell'abbigliamento di Wenzhou: esperienze e lezioni apprese | 70 |
| 3.7 Azioni e proposte per l'ottimizzazione della rete del cluster dell'abbigliamento di Prato | 71 |
| 4. LA DESCRIZIONE DEL SISTEMA ECONOMICO PRATESE DISTINTO PER ETNIE ATTRAVERSO LE MATRICI DI CONTABILITÀ | 75 |
| 4.1 Introduzione | 75 |
| 4.2 Cosa sono le SAM | 76 |
| 4.3 Descrizione di un sistema economico attraverso le SAM | 76 |
| 4.4 Analisi del sistema economico e del contributo della comunità cinese attraverso i conti provinciali estratti dalla SAM | 80 |
| 4.5 Dalla matrice al modello di impatto economico | 86 |
| 4.6 Valutazione economica delle politiche provinciali | 90 |
| RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI | 171 |

Presentazione

Guardare dentro al fenomeno dell'imprenditoria cinese per valutarne, con numeri reali, la dimensione economica e il sistema di relazioni con il distretto pratese da una parte e con il contesto di origine dall'altra. È questa la mission della seconda ricerca di IRPET e dell'Osservatorio economico della Provincia che per il report 2015 concentra l'attenzione, partendo dal ruolo economico della comunità cinese, sul sistema di produzione e sulle complesse relazioni che legano le comunità.

Già la ricerca del 2014 aveva messo in evidenza, analizzando quasi cinquemila aziende cinesi presenti nel distretto, i numeri della produzione e il valore aggiunto che rappresentano. Oggi il report ci dice che il contributo al PIL provinciale dato dalla comunità cinese ammonta a 705 milioni di euro, cioè l'11% del totale, mentre gli investimenti valgono l'8%, e che i consumi delle famiglie cinesi raggiungono i 172 milioni di euro, il 5% del totale.

Non sono numeri trascurabili, non rappresentano né un mondo 'parallelo', né un'anomalia da trattare con diffidenza. "Il peso economico della comunità cinese sul contesto locale è di tutto rilievo e il contributo in termini economici è ben superiore a quello in termini demografici (9% dei residenti)", spiega la ricerca.

Da qui dobbiamo partire e dal quadro di elementi critici e potenzialità che lo studio stesso descrive, cogliendo l'importanza di un momento storico fondamentale per il distretto pratese, chiamato a realizzare un nuovo equilibrio tra cooperazione e concorrenza, indispensabile allo sviluppo futuro dell'area.

I segnali ci sono: il miglioramento qualitativo dei prodotti è oggi un obiettivo anche fra gli imprenditori cinesi e i legami sempre più forti con il distretto di Wenzhou rappresentano una prospettiva da non sottovalutare per tutto il sistema economico pratese. Si tratta di trasformare segnali e singole esperienze in un progetto d'area, dove l'integrazione economica possa fare da leva anche a quella sociale e dove tutti siano convinti dell'importanza di partecipare.

Matteo Biffoni

Presidente della Provincia di Prato

1.

Introduzione: la necessità dell'integrazione socioeconomica

1.1 Obiettivi del lavoro

Il presente lavoro mira ad approfondire la conoscenza del contributo economico e delle modalità di funzionamento dell'imprenditoria cinese nella provincia di Prato. Esso si pone in continuità con il precedente studio promosso dall'amministrazione provinciale (IRPET, Provincia di Prato e ASEL, 2014) e ne condivide l'obiettivo di fondo: approfondire la conoscenza dei fenomeni socioeconomici al fine di coglierne le tendenze, i rischi e le opportunità e ricavarne, di conseguenza, indicazioni per l'orientamento delle politiche pubbliche.

Se la finalità principale del lavoro precedente era di stimare la dimensione economica effettiva connessa alla presenza della comunità cinese, in questo caso l'attenzione si sposta sul sistema delle relazioni che caratterizza l'imprenditoria cinese, nelle due componenti dei legami con il contesto locale e di quelli con il contesto di origine.

Si tratta di due ambiti di relazione, quello locale e quello internazionale, che hanno svolto un ruolo di estremo rilievo per lo sviluppo storico dei distretti, il cui successo, com'è ormai assodato, è in gran parte dovuto ai vantaggi competitivi derivanti, da un lato, dal fatto di poter contare su reti fiduciarie locali tra gli operatori economici in grado di abbattere i costi di transazione, consentire la divisione del lavoro, mantenendo tuttavia un livello adeguato di coordinamento e, dall'altro, sul collegamento con i mercati di sbocco internazionali, per assicurare uno stock di domanda sufficiente. Cambiamenti strutturali quali l'aumento della concorrenza dovuto alla globalizzazione dei mercati, l'arrivo di nuova popolazione connesso allo sviluppo di grandi flussi migratori intercontinentali, ma anche alcuni cambiamenti istituzionali come l'adesione alla moneta unica europea, che di fatto ha chiuso la possibilità di svalutazioni competitive, hanno tuttavia messo in crisi entrambi gli ambiti di relazione, avviando un periodo ormai più che ventennale di crisi e incertezza. Come giustamente sottolinea Dei Ottati, inoltre, il ruolo dei legami internazionali ha subito un cambiamento importante: mentre nello sviluppo degli anni '60 essi riguardavano solo la fase di esportazione dei prodotti finiti, adesso essi interessano anche la fornitura di manodopera, semilavorati e know-how, perché la comunità cinese che vive e produce nel distretto pratese mantiene intensi legami con il paese di origine.

I numerosi studi esistenti sul distretto pratese, a buon diritto ritenuto l'emblema stesso del distretto industriale, hanno proposto interpretazioni spesso opposte sul ruolo avuto dall'insediamento della comunità cinese: per i pessimisti, essa ha prolungato l'agonia di settori industriali ormai maturi e di modalità organizzative non più sostenibili, impedendo di fatto l'ammodernamento del distretto; per gli ottimisti ha portato nuove risorse umane ad un modello produttivo tuttora vitale, che però non risponde più alle aspirazioni economiche e sociali della popolazione autoctona. Fra queste due opinioni agli antipodi, se ne colloca una intermedia, più articolata, che guarda all'interazione complessa tra vecchi e nuovi residenti, tra vecchie

e nuove modalità produttive e vi trova un intreccio di opportunità e di rischi. (Dei Ottati, 2014; Barberis, 2011).

1.2 L'evoluzione dei fattori competitivi

Una letteratura corposa riconosce i principali fattori competitivi dei distretti di piccola e media impresa nei seguenti:

1. le economie di agglomerazione legate alla concentrazione territoriale e settoriale, che consentono di ricreare, fuori dalla singola impresa, i vantaggi connessi alla dimensione della produzione in merito a varietà e specializzazione del mercato del lavoro (figure specializzate attinenti alle diverse fasi della filiera, quali progettazione, tessuto, confezione, commercializzazione), all'offerta di infrastrutture pubbliche dedicate (infrastrutture di trasporto, aree industriali, depuratori) e di servizi specializzati (scuole professionali, costruzione e riparazione di macchinari, fiere, software);
2. la sedimentazione nella comunità locale di un patrimonio professionale, costituito da *know-how* ed esperienze produttive e commerciali, che contribuisce a creare un'atmosfera industriale in grado di facilitare lo sviluppo locale futuro;
3. la presenza di un capitale sociale denso, fatto di relazioni fiduciarie e condivisione di valori culturali simili, nati e consolidati dalla frequentazione quotidiana dello stesso contesto, che riducono i costi di coordinamento delle attività produttive.

Si tratta di fattori che hanno subito molte trasformazioni e la cui importanza relativa è cambiata e dai quali, dunque, ci possiamo aspettare ricadute sul grado di tenuta dell'economia distrettuale.

Iniziamo con la concentrazione territoriale e settoriale. Il territorio della provincia di Prato e il suo capoluogo in particolare mantengono livelli di presenza delle attività produttive molto elevati: gli addetti totali per 1.000 abitanti sono a livelli paragonabili a quelli di Firenze e dell'area fiorentina, vale a dire i più alti a scala regionale, mentre la presenza manifatturiera in generale, e nei settori del sistema moda in particolare, è molto più elevata (Tab. 1.1).

Tabella 1.1 ADDETTI PER KMQ E PER 1.000 ABITANTI NELLE AREE PRATESE E FIORENTINA. 2011

| PROVINCIA | Addetti per Km ² | | | Addetti per 1.000 abitanti | | |
|-----------|-----------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|--------------------------|
| | Addetti totali | Addetti manifatturieri | Addetti al sistema moda | Addetti totali | Addetti manifatturieri | Addetti al sistema moda* |
| Prato | 286 | 99 | 81 | 426 | 147 | 120 |
| Firenze | 120 | 25 | 9 | 433 | 90 | 31 |
| SLL** | | | | | | |
| Prato | 274 | 95 | 77 | 411 | 143 | 115 |
| Firenze | 257 | 46 | 15 | 467 | 84 | 27 |
| COMUNE | | | | | | |
| Prato | 846 | 254 | 207 | 444 | 133 | 109 |
| Firenze | 1.948 | 176 | 32 | 557 | 50 | 9 |
| TOSCANA | 60 | 13 | 4 | 376 | 80 | 26 |

*Tessile, abbigliamento, pelle. **L'acronimo SLL significa Sistema Locale del Lavoro, costituito da un'aggregazione di comuni creata sulla base degli spostamenti pendolari. L'SSL di Prato è composto dai comuni di Agliana, Montale, Cantagallo, Carmignano, Montemurlo, Poggio a Caiano, Prato, Vaiano, Vernio; l'SLL di Firenze è composto dai comuni di Bagno a Ripoli, Calenzano, Campi Bisenzio, Fiesole, Firenze, Greve in Chianti, Impruneta, Lastra a Signa, Londa, Pelago, Pontassieve, Rignano sull'Arno, Rufina, San Casciano in Val di Pesa, Scandicci, Sesto Fiorentino, Signa, Tavarnelle Val di Pesa, Vaglia.

Fonte: elaborazioni su dati Istat, Censimento industria e servizi

La peculiarità del sistema pratese va tuttavia letta all'interno del *trend* di lungo periodo di perdita della specializzazione manifatturiera che ha interessato la Toscana: solo fra 2001 e 2011 gli addetti manifatturieri complessivi sono diminuiti di 77mila unità, pari a -21%, mentre quelli relativi al solo sistema moda sono diminuiti di 33mila unità, pari a -26%. Anche nell'area pratese la presenza manifatturiera è andata costantemente riducendosi, tuttavia, a causa del vero e proprio tracollo avuto dagli addetti manifatturieri nelle altre parti della regione, Prato ha paradossalmente accresciuto il suo ruolo di cuore manifatturiero toscano. Per avere una misura del fenomeno, si ricorda, ad esempio, che l'indice di concentrazione territoriale della manifattura a scala regionale è cresciuto dallo 0,99 del 1991 all'1,13 del 2008 (Iommi, 2012). Allo stesso tempo, però, anche a causa della contiguità con l'area metropolitana fiorentina, il sistema produttivo pratese è andato acquisendo caratteri più spiccatamente urbani, leggibili in primo luogo nella progressiva differenziazione settoriale del suo tessuto produttivo e, in secondo luogo, nella marcata tendenza alla terziarizzazione (nel capoluogo fra 2001 e 2011 l'indice di concentrazione settoriale si riduce da 0,35 a 0,30; mentre il peso della manifattura passa dal 30% al 24% e quello dei servizi dal 55% al 62%). La complessiva contrazione del sistema moda costituisce pertanto un campanello d'allarme importante: essa potrebbe essere fisiologica a una riorganizzazione complessiva del sistema produttivo locale, con spostamento dalle componenti più manifatturiere a quelle più terziarie della filiera, ma anche indice di una progressiva sparizione del settore.

Se una dinamica così negativa è certamente in gran parte da imputare al cambiamento delle condizioni del mercato internazionale, a causa della forte concorrenza proveniente dai paesi a basso costo del lavoro¹, è bene ricordare che nel periodo considerato sono venute meno anche molte delle condizioni istituzionali che hanno contribuito a creare quelle esternalità locali favorevoli alla crescita. I ripetuti provvedimenti di riduzione della spesa pubblica, dovuti alla necessità sempre più stringente di controllo del debito, hanno ridotto notevolmente il ruolo di facilitatori dello sviluppo economico tradizionalmente svolto dalle istituzioni locali (secondo i certificati dei conti consuntivi, la spesa per investimenti dei comuni toscani è diminuita del 65% dai primi anni 2000 a oggi), mentre altri istituti, come le scuole professionali, sono andati in crisi a causa di progressivi disinvestimenti, ma anche di un mancato aggiornamento dell'offerta formativa alle esigenze del tessuto produttivo e alla domanda da parte delle famiglie (Sciclone, 2014). Tale evoluzione ha anche fatto venire meno una delle modalità con cui veniva tradizionalmente trasmesso e arricchito il patrimonio professionale locale. Altro fattore che secondo recenti ricerche (Dei Ottati, 2003) ha contribuito alla crescita passata ed è invece andato fortemente indebolendosi, è il patrimonio dei rapporti fiduciosi tra gli operatori dei distretti, in particolare fra committenti e terzisti, messo a dura prova dall'inasprirsi della concorrenza locale e internazionale sul costo del lavoro. Alcuni fattori istituzionali, tuttavia, hanno agito come attrattori di un nuovo tessuto produttivo, spesso anche oltre le intenzioni dei decisori politici: secondo quanto riportato da Zhang in questo volume, l'aver adottato una politica ricettiva nei confronti degli immigrati, per rispondere alla scarsità di manodopera di cui ha sofferto il distretto pratese alla fine degli anni '80, ha favorito l'insediamento massiccio della comunità cinese, con forme anche

¹ Anche in questo caso i fattori istituzionali hanno pesato. Negli anni 2000, la contemporanea introduzione dell'euro e la revoca dell'accordo multifibre hanno messo in seria difficoltà le produzioni tradizionali, ad alta intensità di lavoro, vendute sui mercati internazionali (Ghezzi, 2014).

molto precarie di commistione fra luoghi di lavoro e di residenza, da cui sono poi scaturiti i ben noti problemi di insicurezza e irregolarità.

L'impressione prevalente, dunque, sia dal punto di vista delle agglomerazioni locali che della trasmissione del *know-how* per arrivare, infine, al ruolo dei fattori non economici, è che il sistema abbia vissuto un progressivo sfilacciamento che ne mette a serio rischio la tenuta futura.

Passando, infine, al tema del capitale sociale, è evidente che anche su questo piano vi siano stati cambiamenti importanti. Tradizionalmente il successo del distretto viene attribuito alla presenza di una certa omogeneità culturale, che implica la condivisione di valori simili: l'etica del lavoro, l'ideologia della scelta imprenditoriale come via per la mobilità sociale, l'accettazione della commistione tra tempi e spazi di vita e di lavoro, il ruolo della collaborazione familiare, la diffusione di saperi operativi e organizzativi. Come è noto, questi caratteri vengono storicamente ricondotti all'esperienza dell'agricoltura mezzadrile toscana, e considerati dunque un atteggiamento culturale tipico della popolazione autoctona (Becattini, 1975). Prato, tuttavia, è da decenni un luogo di forte immigrazione, e dunque di conseguenza un luogo di incontro di popolazioni e culture diverse. Secondo il rapporto provinciale sull'immigrazione del 2013, lo sviluppo del distretto è proprio il prodotto di questa capacità di attrarre nuovi residenti, inizialmente dalle campagne mezzadrili toscane, successivamente dalle regioni meridionali e, a partire dagli anni '90, dai paesi stranieri a forte pressione migratoria. L'etica del lavoro è dunque una caratteristica della popolazione autoctona, che ha saputo però diffondersi, almeno in passato, ai nuovi residenti, divenendo essa stessa fonte di integrazione sociale. Se oggi questo meccanismo appare in crisi, ciò sembra doversi attribuire più che alle caratteristiche culturali dei nuovi residenti cinesi – che per molti aspetti ricalcano quelle funzionali allo sviluppo del modello italiano di piccola impresa (Barberis, 2011) – alle mutate condizioni del contesto. Fra gli anni '50 e '70, infatti, c'era un sistema economico e sociale in crescita, in grado di assorbire manodopera e diffondere benessere, sia attraverso la partecipazione al lavoro, sia tramite la redistribuzione fatta per mezzo della spesa pubblica, mentre oggi c'è un sistema produttivo in arretramento, che si rapporta con i nuovi residenti con finalità prevalentemente difensive, secondo il modello che è stato definito della “delocalizzazione in loco” (Ceccagno, 2003), che ha consentito cioè alle imprese italiane di abbattere i costi di produzione tramite l'esternalizzazione della fasi più *labour intensive* della produzione a manodopera meno costosa. In mancanza di un ridisegno complessivo delle filiere produttive, tuttavia, tale operazione rischia però di riuscire solo a posticipare di qualche anno la crisi del distretto.

Dalla breve rassegna emerge, dunque, un quadro poco confortante circa lo stato di salute dei fattori competitivi che in passato hanno determinato il successo del modello distrettuale. La concentrazione settoriale e la dimensione stessa delle attività si sono progressivamente ridotte, il ruolo di supporto delle istituzioni locali si è indebolito, le condizioni di lavoro sono peggiorate e con esse la capacità dell'etica del lavoro di agire quale fattore di integrazione sociale.

In questo quadro pessimistico si possono trovare, però, almeno due aspetti che aprono qualche prospettiva futura: come già dimostrato nel lavoro precedente (IRPET, Provincia di Prato e ASEL, 2014) e ulteriormente approfondito nel presente, la dimensione economica complessiva del sistema pratese è maggiore di

quella registrata dalle fonti ufficiali a causa della diffusione di forme di lavoro sommerso e irregolare, in secondo luogo, sono oggi leggibili alcuni segni di integrazione sociale ed economica dei nuovi residenti cinesi che devono essere valorizzati affinché il sistema possa fare quel salto qualitativo necessario alla sua sopravvivenza. Nuove prospettive di crescita, anche innovative rispetto al modello tradizionale, sono poi da ricercare nella maggiore integrazione territoriale e funzionale con l'area metropolitana fiorentina, così consentendo l'accesso a funzioni di pregio che possono accrescere la competitività del sistema produttivo locale.

1.3 Indizi di integrazione

I processi di integrazione tra vecchi e nuovi residenti sono notoriamente fenomeni di lungo periodo e per l'Italia l'immigrazione dall'estero è un fenomeno relativamente recente, sviluppatosi in modo evidente dagli anni '90. Possiamo immaginare, tuttavia, di poter cogliere alcuni primi indizi di integrazione o di mancata integrazione dall'osservazione di alcuni comportamenti². In particolare, verranno presi in considerazione la composizione per età della popolazione e la sua evoluzione, l'accesso ad alcuni servizi pubblici locali, la partecipazione al mercato del lavoro e alle istituzioni.

Uno dei primi effetti attesi riguarda la composizione per età della popolazione. Di solito, nei processi migratori è la popolazione in età attiva a muoversi alla ricerca di opportunità occupazionali e, solo una volta che la scelta localizzativa si sia stabilizzata, essa assume comportamenti più simili a quelli della popolazione autoctona e dunque cominciano ad aumentare anche le fasce di età più giovani e, più tardi, quelle più anziane. Ovviamente esistono anche modelli migratori differenziati, per cui le diverse etnie vedono uno squilibrio più o meno pronunciato a favore dei maschi in età attiva nella prima fase della migrazione.

L'immigrazione cinese sotto questo aspetto mostra un carattere peculiare, avendo una struttura per età meno squilibrata e con una notevole presenza anche di popolazione giovane, nella fascia di età compresa tra 0 e 14 anni. La quota di questo segmento di popolazione nella comunità cinese è, infatti, più che doppia rispetto a quanto accade per il resto dei residenti stranieri, ma anche rispetto alla composizione della popolazione italiana. In linea con quanto accade comunemente alla popolazione immigrata, invece, la quota degli anziani risulta molto contenuta (Tab. 1.2). La comunità cinese presenta dunque una distribuzione per età favorevole all'innesco di processi virtuosi di integrazione.

In termini dinamici, il confronto tra la struttura per età al 2003 e al 2013 (Graf. 1.3) consente di evidenziare che l'immigrazione cinese ha sostanzialmente mantenuto le proprie caratteristiche, con una lievissima riduzione del peso della fascia di età 0-14, che partiva però da un livello molto alto. Per il resto degli stranieri, invece, il peso di questa fascia è lievemente cresciuto. Si noti che, nel decennio considerato, la comunità cinese è più che triplicata, passando da 5mila

² Si noti che dal 2011 Eurostat ha avviato un progetto di costruzione di una metodologia statistica per la misurazione del grado d'integrazione socioeconomica della popolazione migrante. Le dimensioni tematiche proposte sono 4: a) l'occupazione (tassi di occupazione, disoccupazione, attività), b) l'educazione (livello di scolarità medio, quota di laureati, abbandono scolastico e bassa performance), c) l'inclusione sociale (livello di reddito, rischio povertà, stato di salute, titolo di godimento dell'abitazione) e d) la cittadinanza attiva (riconoscimento di cittadinanza, permesso di soggiorno lungo, rappresentanti politici eletti). Nel periodo 2011-2013, il Ministero dell'Interno in convenzione con Istat ha promosso un progetto di ricerca sui processi di integrazione dei cittadini extra comunitari legalmente soggiornanti in Italia.

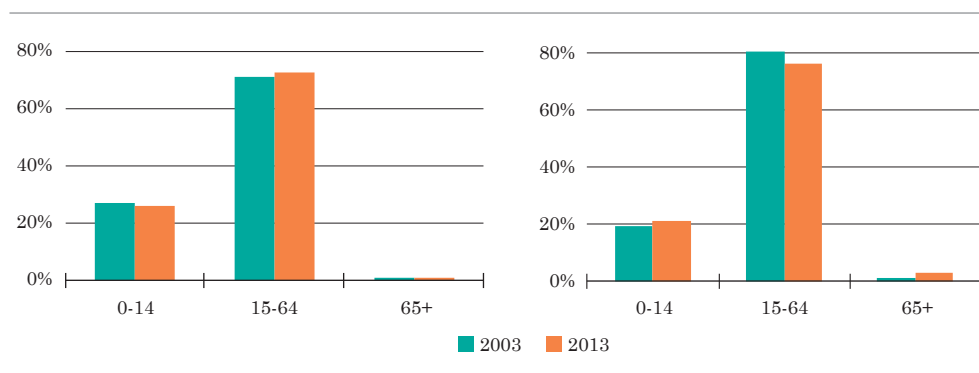
a 16mila persone, con una dinamica relativamente maggiore rispetto a quella del resto degli stranieri, cresciuti da 7mila a 18mila persone. Fin dall'origine, quindi, l'immigrazione cinese presenta una struttura "per famiglie", con adulti in età lavorativa e bambini, in grado potenzialmente di favorire scelte migratorie di lungo periodo e percorsi di integrazione socioeconomica.

Tabella 1.2 COMUNE DI PRATO. POPOLAZIONE PER FASCIA DI ETÀ E NAZIONALITÀ AL 31/12/2013

| | Italiani | Cinesi | Altri stranieri | TOTALE |
|---------------------------|----------|--------|-----------------|---------|
| <i>Valori assoluti</i> | | | | |
| 0-14 | 19.608 | 4.222 | 3.868 | 27.698 |
| 15-64 | 97.626 | 11.800 | 25.462 | 123.088 |
| 65+ | 39.965 | 160 | 673 | 40.638 |
| TOTALE | 157.199 | 16.182 | 34.225 | 191.424 |
| <i>Valori percentuali</i> | | | | |
| 0-14 | 12% | 26% | 11% | 14% |
| 15-64 | 62% | 73% | 74% | 64% |
| 65+ | 25% | 1% | 2% | 21% |
| TOTALE | 100% | 100% | 100% | 100% |

Fonte: elaborazioni su dati Comune di Prato

Grafico 1.3 PRATO. EVOLUZIONE DELLA STRUTTURA PER ETÀ. CINESI (SX) E ALTRI STRANIERI (DX). 2003-2013



Fonte: elaborazioni su dati Comune di Prato

La distribuzione dei cinesi residenti per luogo di nascita (Tab. 1.4) consente di evidenziare positivamente un cambiamento che può essere considerato indizio di progressiva integrazione nel tessuto locale: la quota dei nati a Prato cresce, infatti, di 6 punti percentuali, a scapito del segmento dei cinesi nati in altre regioni italiane e poi trasferitisi a Prato, ma non a scapito, invece, di quelli nati nel paese di origine. Tale evoluzione evidenzia che il richiamo esercitato dalle opportunità lavorative offerte dal distretto pratese è ancora molto forte nei confronti della Cina³, ma non più nei confronti delle altre comunità già insediate in Italia, mentre la comunità insediata localmente rafforza le scelte familiari di

³ Secondo quanto ricavato dalle interviste curate da Dei Ottati in questo volume, a partire dal 2009, anno in cui si sono intensificati i controlli sulle imprese cinesi di Prato e si è manifestata la crisi economica anche nel pronto moda, si sono iniziati a registrare anche movimenti migratori opposti, da Prato di ritorno nel paese di origine. Alcuni imprenditori cinesi hanno inoltre deciso di mandare i figli a studiare direttamente nel paese di origine, probabilmente anche attratti dalle agevolazioni che il governo cinese prevede in tali ambiti per i propri connazionali nel mondo.

lungo periodo, connesse ad esempio alle decisioni di fecondità. Tra i minori con cittadinanza cinese nel 2013, la quota a dei nati a Prato raggiunge un livello molto elevato, pari al 78% del totale, mentre per gli altri minori stranieri la quota dei nati a Prato è pari al 62%.

Tabella 1.4 PRATO. RESIDENTI CINESI PER LUOGO DI NASCITA. 2005 E 2013

| | 2005 | 2013 | 2013 solo pop. 0-17 |
|-----------------|------|------|---------------------|
| Nati a Prato | 17% | 23% | 78% |
| Nati in Italia | 20% | 4% | 15% |
| Nati all'Estero | 63% | 73% | 8% |
| TOTALE | 100% | 100% | 100% |

Fonte: elaborazioni su dati Ufficio Statistica Comune di Prato

Il secondo ambito tematico in cui si vanno a cercare delle tracce di integrazione con la comunità autoctona è quello relativo al ricorso ai servizi pubblici locali, specialmente a quelli non obbligatori per legge, ma che rientrano nelle consuetudini della popolazione locale. In particolare, vengono presi in considerazione gli accessi ad alcuni servizi sanitari e le iscrizioni alle scuole di infanzia e alle scuole superiori.

Secondo quanto pubblicato dal Rapporto Provinciale sull'immigrazione del 2013, la percentuale di donne cinesi che ha effettuato una visita medica di controllo nei primi tre mesi di gravidanza è cresciuta dal 44% del 2006 al 71% del 2011, evidenziando dunque una maggiore conoscenza anche dell'offerta dei servizi disponibili.

Guardando, invece, alla quota dei bambini iscritti alla scuola d'infanzia, emerge complessivamente una bassa propensione della comunità cinese a utilizzare tale servizio rispetto alle altre comunità straniere, con una dinamica tuttavia crescente tra 2006 e 2013 (Tab. 1.5).

Tabella 1.5 PRATO. INCIDENZA DEI BAMBINI FREQUENTANTI LA SCUOLA DI INFANZIA SUL TOTALE DELLA FASCIA DI ETÀ DI CIASCUNA ETNIA. 2006 E 2013

| | 2006 | 2013 |
|-----------------|------|------|
| Cinesi | 38% | 46% |
| Altri stranieri | 80% | 82% |

Fonte: stime su dati Comune di Prato

Passando, infine, alla scuola secondaria di II grado, che è parzialmente esclusa dall'obbligo scolastico (attualmente esteso fino al 16° anno di età), il tasso di frequenza dei ragazzi cinesi si approssima al 65% della popolazione nella fascia di età di riferimento e ha subito un lieve calo tra 2006 e 2013. Di contro, la propensione degli altri stranieri ha avuto una forte impennata nel medesimo periodo (Tab. 1.6). La spiegazione di tale differenziale potrebbe essere riconducibile alla possibilità di entrare precocemente nel mondo del lavoro che per la componente cinese dell'immigrazione, più che per le altre, spazzerebbe gli investimenti in istruzione. La forte incidenza dell'autoimprenditorialità e la gestione familiare delle attività produttive potrebbe spiegare perché l'effetto spiazzamento tra lavoro e istruzione sia più forte per la comunità cinese piuttosto che per gli altri stranieri. Un'altra parte della spiegazione potrebbe stare nel fatto, già accennato in precedenza, che alcuni imprenditori mandano i figli a studiare o nel paese di

origine o in contesti caratterizzati da maggiore apertura internazionale, in Italia e nel resto del mondo.

Tabella 1.6 INCIDENZA DEI FREQUENTANTI LA SCUOLA SECONDARIA DI II GRADO SUL TOTALE DELLA FASCIA DI ETÀ DI CIASCUNA ETNIA. 2006 E 2013

| | 2006 | 2013 |
|-----------------|------|------|
| Cinesi | 66% | 63% |
| Altri stranieri | 43% | 79% |

Fonte: stime su dati Provincia di Prato

Gli ultimi ambiti in cui si cercano indizi di integrazione sono quelli relativi al mercato del lavoro e alla presenza nelle istituzioni locali.

I dati relativi alle dinamiche del mercato del lavoro confermano l'elevata partecipazione della componente cinese, sia nella parte di lavoro dipendente, che in quella imprenditoriale.

Per la prima parte si fa riferimento alle comunicazioni obbligatorie sui rapporti di lavoro (Tab. 1.7). I dati confermano la forte incidenza delle attivazioni di rapporti di lavoro per la popolazione cinese: gli avviamenti di cittadini cinesi rappresentavano il 15% del totale nel 2006 e sono arrivati al 26% nel 2012, ma soprattutto gli avviamenti per 100 residenti in età attiva sono passati da 68 a 95, contro valori molto più bassi per gli altri stranieri e per gli italiani. In parte, tale fenomeno potrebbe essere dovuto anche al particolare settore di attività, caratterizzato da picchi stagionali di produzione o a specificità della comunità cinese, caratterizzata da forte mobilità della manodopera da un'impresa all'altra ma anche dalla condizione di dipendente a quella di imprenditore, come pure da dinamiche legate all'ottenimento dei permessi di soggiorno (Provincia di Prato e IRES Toscana, 2012).

Tabella 1.7 COMUNICAZIONI OBBLIGATORIE AVVIAMENTI E CESSAZIONI DI RAPPORTI DI LAVORO. 2006 E 2012

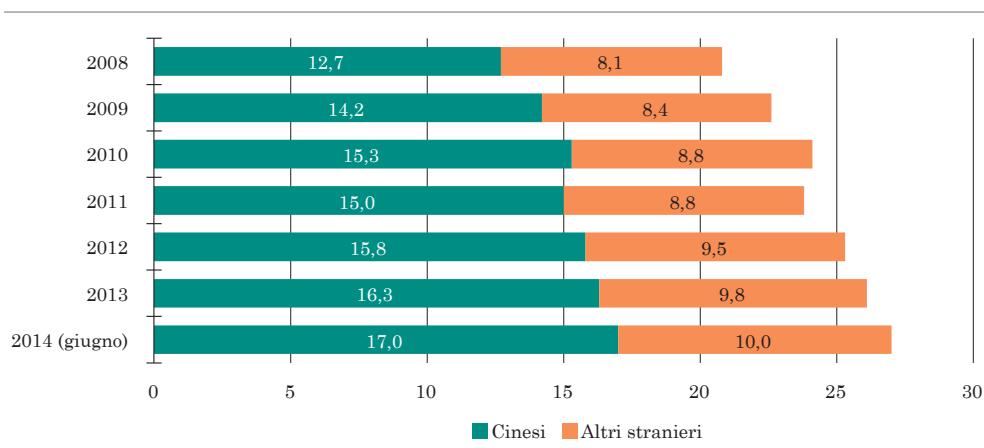
| | Avviamenti 2006 | Avviamenti 2012 | Avviamenti per 100 attivi 2006 | Avviamenti per 100 attivi 2012 |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Italiani | 29.914 | 27.941 | 18% | 17% |
| Cinesi | 5.510 | 12.492 | 68% | 95% |
| Altri stranieri | 5.773 | 6.826 | 49% | 41% |
| TOTALE | 35.687 | 47.259 | 19% | 25% |

Fonte: stime su dati Provincia di Prato

Ciò che caratterizza di più l'immigrazione cinese, tuttavia, è la forte propensione all'imprenditorialità e soprattutto all'autoimprenditorialità: al giugno 2014 le imprese gestite da cittadini cinesi rappresentano il 17% del totale delle registrate nella provincia di Prato (Graf. 1.8), per un valore di 39 imprese ogni 100 cittadini cinesi in età attiva; le ditte individuali costituiscono l'88% del totale delle attive. Anche il tasso di natalità imprenditoriale si mantiene elevato, pur risentendo della fase di crisi economica: nel confronto fra 2002 e 2012, infatti, il turnover netto delle imprese⁴ tende a ridursi in tutti i settori, fatta eccezione per il tessile, che viene indicato da molti osservatori come il nuovo comparto di espansione dell'imprenditoria cinese, dopo quello ormai saturo delle confezioni (Tab. 1.9).

⁴ Il turnover delle imprese è la somma delle nate e delle morte nell'anno diviso il numero delle imprese esistenti.

Grafico 1.8 INCIDENZA % IMPRESE GESTITE DA STRANIERI SU TOTALE REGISTRATE



Fonte: CCIAA Prato, *Rapporto sull'imprenditoria straniera 2013/2014*

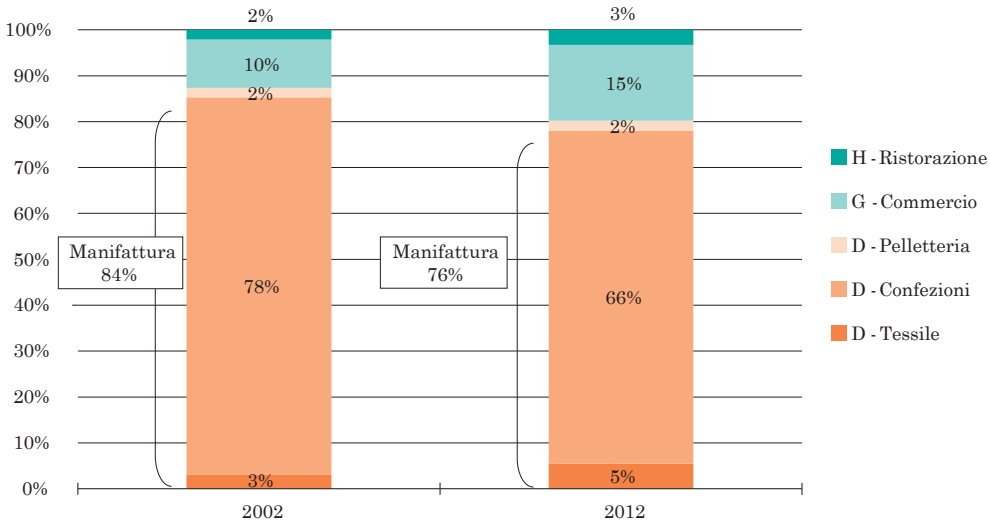
Tabella 1.9 CARATTERISTICHE DELLE IMPRESE GESTITE DA CITTADINI CINESI. 2002 E 2012

| | Tasso di natalità 2002 | Tasso di natalità 2012 | Turnover netto 2002 | Turnover netto 2012 |
|----------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|
| D- Attività manifatturiere | 29% | 25% | 7% | 2% |
| <i>Di cui Tessile</i> | 21% | 33% | -6% | 9% |
| <i>Di cui Confezioni</i> | 29% | 23% | 7% | 1% |
| <i>Di cui Pelletteria</i> | 33% | 34% | 22% | 11% |
| G - Commercio | 44% | 27% | 19% | 7% |
| H - Alberghi e ristoranti | 21% | 18% | 14% | 8% |
| TOTALE | 31% | 25% | 9% | 3% |

Fonte: elaborazioni su dati Provincia di Prato

Per la prospettiva di analisi che interessa questo rapporto, e cioè la messa in evidenza di percorsi di integrazione socioeconomica, è interessante, però, guardare soprattutto alla composizione settoriale delle imprese, con l'idea che laddove si ravvisi una tendenza alla diversificazione, essa possa essere letta come un indizio di progressivo inserimento nel tessuto produttivo locale. In questo senso, il confronto nel decennio 2002-2012 fornisce dati confortanti: l'imprenditoria cinese, mantenendosi su livelli elevati, si sta progressivamente aprendo a processi di diversificazione settoriale, sia all'interno del comparto manifatturiero (con la riduzione di peso delle confezioni e l'aumento del tessile), sia soprattutto con una progressiva terziarizzazione: la manifattura infatti, diminuisce il suo peso complessivo a vantaggio delle attività connesse soprattutto al commercio (in particolare quello all'ingrosso) e alla ristorazione (Graf. 1.10). Tale evoluzione trova riscontro anche nelle interviste curate da Dei Ottati per questo volume.

Grafico 1.10 COMPOSIZIONE SETTORIALE DELLE IMPRESE GESTITE DA CITTADINI CINESI. 2002 E 2012



Fonte: elaborazioni su dati Camera di Commercio di Prato

Un ultimo indizio di integrazione può essere tratto dalla cronaca politica locale. All'ultima tornata di elezioni amministrative del 2014 tre cittadini italo-cinesi si sono candidati alla carica di consigliere comunale, rispettivamente nei comuni di Prato, Campi Bisenzio e nel limitrofo Sesto Fiorentino, dei quali uno è poi risultato eletto (nel comune di Campi Bisenzio), diventando il primo cittadino di origine cinese a ricoprire una carica elettiva in Italia. Questa breve carrellata su alcuni aspetti caratteristici dell'immigrazione cinese a Prato conferma l'immagine di una comunità molto numerosa e molto attiva, che dà un contributo importante all'economia locale, sia grazie alla sua struttura per età, decisamente spostata verso le componenti più giovani e attive, sia grazie al forte orientamento al lavoro, vuoi in forma dipendente che imprenditoriale. I dati analizzati hanno consentito di evidenziare alcuni deboli segnali di progressiva integrazione con la comunità autoctona, a partire dal peso crescente delle seconde generazioni, di nazionalità cinese ma nate e cresciute nel territorio pratese e quindi con aspettative più simili a quelle degli autoctoni. In secondo luogo, si è evidenziato un crescente ricorso ad alcuni servizi pubblici locali, che può essere letto come una timida ma progressiva apertura di una comunità che tende a essere molto autoreferenziale. In terzo luogo, infine, è emersa una progressiva diversificazione delle attività produttive, leggibile come progressivo avvicinamento ai comportamenti autoctoni e primo indizio della formazione di una classe media terziaria, anche se i settori di espansione sono comunque caratterizzati da forte intensità di lavoro a basso costo (commercio, ristorazione). Interessante, infine, la volontà di partecipazione alla vita pubblica, che si può leggere attraverso lo sviluppo dell'associazionismo imprenditoriale⁵, ma

⁵ Il 4 novembre scorso Confartigianato Prato e Associna hanno firmato un accordo di collaborazione per avvicinare l'imprenditoria italiana e quella cinese. L'associazione di categoria al momento conta circa una ventina di iscritti cinesi, ma a seguito dell'accordo stipulato con Associna sono già una trentina gli artigiani ed imprenditori cinesi che si sono dimostrati interessati ad iscriversi a Confartigianato. Secondo la stampa, inoltre, sono stimate in circa 200 le imprese cinesi che si sono rivolte alle associazioni di categoria (Cna, Confartigianato, Unione industriale, Confesercenti e Unione commercianti) perché interessate a sottoscrivere il patto di fiducia con le istituzioni, nato dal progetto "lavoro sicuro" promosso da Regione Toscana a seguito dell'incendio dell'azienda di confezioni in cui sono morti 7 operai cinesi.

anche attraverso la volontà di partecipare al governo locale. Questa breve carrellata su alcuni aspetti caratteristici dell'immigrazione cinese a Prato conferma l'immagine di una comunità molto numerosa e molto attiva, che dà un contributo importante all'economia locale, sia grazie alla sua struttura per età, decisamente spostata verso le componenti più giovani e attive, sia grazie al forte orientamento al lavoro, vuoi in forma dipendente che imprenditoriale. I dati analizzati hanno consentito di evidenziare alcuni deboli segnali di progressiva integrazione con la comunità autoctona, a partire dal peso crescente delle seconde generazioni, di nazionalità cinese, ma nate e cresciute nel territorio pratese e quindi con aspettative più simili a quelle degli autoctoni. In secondo luogo, si è evidenziato un crescente ricorso ad alcuni servizi pubblici locali, che può essere letto come una timida, ma progressiva apertura di una comunità che tende a essere molto autoreferenziale. In terzo luogo, infine, è emersa una progressiva diversificazione delle attività produttive, leggibile come progressivo avvicinamento ai comportamenti autoctoni e primo indizio della formazione di una classe media terziaria, anche se i settori di espansione sono comunque caratterizzati da forte intensità di lavoro a basso costo (commercio, ristorazione). Interessante, infine, la volontà di partecipazione alla vita pubblica, che si può leggere attraverso lo sviluppo dell'associazionismo imprenditoriale, ma anche attraverso la volontà di partecipare al governo locale.

1.4 Reti locali e reti internazionali

Come già detto in apertura, l'argomento di indagine del presente volume è rappresentato dalle relazioni economiche e sociali intrecciate dalla comunità cinese, sia a livello locale che con il paese di origine.

Il primo contributo del volume, curato da Gabi Dei Ottati, approfondisce la conoscenza sull'organizzazione interna ed esterna delle imprese cinesi di Prato tramite la realizzazione di interviste ad un gruppo di imprenditori, operanti prevalentemente ma non esclusivamente nel pronto-moda. I risultati delle interviste sono poi stati discussi in un *focus group* cui hanno partecipato giovani imprenditori cinesi di seconda generazione. Le informazioni così raccolte confermano i percorsi di origine dell'imprenditoria cinese (ingresso nelle attività del distretto tramite laboratori di cucitura per i committenti italiani, inizialmente nel comparto della maglieria, con passaggio successivo al ruolo di produttori di abbigliamento pronto moda in conto proprio, in grado di curare le fasi produttive dal disegno dei modelli alla distribuzione dei prodotti finiti a grossisti e dettaglianti), ma soprattutto evidenziano alcune interessanti tendenze contemporanee, da cui potrebbe dipendere la tenuta futura del distretto. In particolare emerge una tendenza alla diversificazione settoriale delle attività e al miglioramento qualitativo dei prodotti, da cui probabilmente potrebbe discendere un allentamento della concorrenza basata esclusivamente sulla compressione del costo del lavoro. Di pari passo sembrano intensificarsi i legami professionali e gli scambi di competenze con la comunità autoctona: le imprese cinesi cercano lavoratori italiani per le fasi più pregiate della produzione, che richiedono competenze tecniche specifiche o si rivolgono a fornitori italiani per alcune lavorazioni più specialistiche e anche questa tendenza sembra potersi leggere in positivo come indizio di maggiore integrazione reciproca. Infine, e questo rappresenta un elemento del tutto nuovo per la storia del distretto pratese tradizionale, crescono i legami fra i cinesi di Prato e quelli di Wenzhou, che si sono evoluti dai legami familiari e di conoscenza iniziali a vere e proprie reti di affari internazionali, attraverso cui passano

importazioni e esportazioni di semilavorati e prodotti finiti, investimenti diretti all'estero, catene produttive multilocalizzate. La dimensione notevole raggiunta da tali legami fa sì che in letteratura si parli sempre più spesso dell'esistenza di un sistema di subfornitura internazionale, in cui si importano semilavorati dalla Cina, si completano le lavorazioni a Prato e si esporta in tutta Europa, in altri paesi sviluppati e in misura crescente anche verso la Cina. Proprio questo gruppo di relazioni internazionali molto intense potrebbe aprire nuovi interessanti prospettive di sviluppo per il distretto pratese.

Nel secondo contributo, curato da Yili Zhang, l'evoluzione della presenza cinese a Prato viene analizzata con un cambio di prospettiva, focalizzando cioè l'attenzione sulla dinamica di sviluppo sperimentata dal *cluster* dell'industria dell'abbigliamento a Wenzhou e sui riflessi che questo ha avuto sullo sviluppo del pronto moda cinese a Prato. L'approccio è interessante perché consente di spiegare meglio alcune dinamiche locali, come l'arrivo di un numero estremamente elevato di immigrati cinesi concentrato in pochissimi anni in una città di medie dimensioni come Prato, ma permette anche di comprendere meglio le motivazioni alla base di alcuni comportamenti e suggerisce alcune politiche di promozione dell'integrazione tra le due comunità.

Il cluster di Wenzhou e quello cinese di Prato sono accomunati da dinamiche evolutive simili: entrambi fortemente specializzati nell'industria dell'abbigliamento, stanno tentando il passaggio dal vantaggio competitivo legato unicamente alla compressione del costo del lavoro e all'abbassamento della qualità a quello legato invece alla differenziazione della produzione, alla cura del *design* e all'affermazione di veri e propri *brand*. I due cluster sono fortemente connessi da relazioni di varia natura, sociali, economiche e commerciali. Assumendo l'ottica della comunità cinese, gli immigrati che si sono localizzati a Prato hanno costruito una seconda Wenzhou nel centro d'Europa, affiancando all'industria tessile tradizionale, in forte crisi alla fine degli anni '80 a causa dell'inasprimento della concorrenza internazionale e della carenza di manodopera locale, la nuova industria del pronto-moda. Inizialmente, le reti familiari, sociali e di vicinato hanno consentito il veloce passaggio di informazioni sulle opportunità di *business*, ma anche sulla regolarizzazione delle migrazioni, nonché sulla fornitura di risorse finanziarie e di semilavorati necessari alla produzione. Si spiega in questo modo la convergenza su Prato di flussi migratori provenienti dalla Cina, ma anche di altri wenzhuoesi, già localizzatisi in altri paesi europei (Francia, in primo luogo), in altre regioni italiane e nella vicina città di Firenze. Una volta insediato il primo nucleo di attività, il cluster è andato poi autoalimentandosi, ampliando la gamma delle attività svolte, sia nel settore del pronto-moda, sia nell'ambito delle attività più generali necessarie alla vita di una comunità (commercio, ristoranti, attività culturali, ecc.). Per quanto riguarda i rapporti tra le due comunità, cinese e italiana, se nel periodo iniziale hanno prevalso legami di convenienza reciproca (i nuovi immigrati rispondevano al bisogno di manodopera dell'industria locale), successivamente le due comunità hanno teso a svilupparsi in maniera sempre più separata, portando dal 2009 alla esplicitazione di un vero e proprio rapporto conflittuale, sfociato in una forte intensificazione dei controlli sulle imprese cinesi. Dal 2011, con l'arrivo della recessione anche nel settore del pronto-moda, la conflittualità è cresciuta anche all'interno della comunità cinese, con un intensificarsi della concorrenza. Alla luce delle dinamiche descritte, Zhang conclude con una serie di suggerimenti volti da un lato a favorire l'integrazione delle due comunità (rigenerazione delle aree industriali, rimodulazione della tassazione,

potenziamento degli scambi culturali), dall'altro a incanalare l'imprenditoria cinese verso un percorso in cui la compressione del costo del lavoro non sia l'unico fattore competitivo.

Il contributo di Stefano Rosignoli e Paola Blasi, infine, approfondisce, attraverso lo strumento delle matrici di contabilità, la ripartizione per etnia del contributo economico del distretto pratese. La matrice di contabilità sociale stimata dall'IRPET per la Provincia di Prato consente di quantificare il contributo che la comunità cinese fornisce all'intero sistema economico provinciale, sia nei termini più tradizionali di produzione di beni e servizi e generazione del reddito, sia in termini di domanda aggregata rivolta dalla comunità stessa al sistema locale. L'applicazione di un modello input-output alla matrice così stimata consente, inoltre, sia di stimare gli effetti economici diretti e indotti che si propagano attraverso le relazioni intersettoriali tra le imprese e le comunità etniche, sia di studiare l'impatto di particolari politiche settoriali o di scenari evolutivi alternativi. Si tratta, dunque, di strumenti analitici che offrono un ampio potenziale conoscitivo.

Alcune stime iniziali consentono, ad esempio, di quantificare il contributo al PIL provinciale dato dalla comunità cinese in 705 milioni di euro, pari all'11% del totale, e i consumi delle famiglie cinesi in 172 milioni di euro, pari al 5% del totale dei consumi interni. Gli investimenti fissi lordi attribuibili a imprese e famiglie cinesi, inoltre, rappresentano l'8% del totale (125 milioni di euro). Le esportazioni estere delle imprese cinesi, infine, con un valore pari a 767 milioni di euro, costituiscono il 33% delle esportazioni complessive dalla provincia di Prato. Tale risultato è frutto anche della maggiore propensione all'export delle imprese cinesi, motivata vuoi dalla composizione settoriale (le imprese cinesi sono concentrate in settori manifatturieri ad alto coefficiente di export), vuoi dalla loro maggiore apertura internazionale.

Le stime consentono anche di caratterizzare con maggiori dettagli tale contributo. Come era logico attendersi, i settori produttivi in cui maggiore è il contributo della comunità cinese sono, in ordine di importanza, il tessile-abbigliamento (81% della produzione delle imprese cinesi), il commercio (10%) e gli altri servizi personali (5%). Di contro, i settori economici autoctoni che maggiormente si avvantaggiano della presenza di imprese e famiglie cinesi sono, nell'ordine: quello della distribuzione di energia elettrica, il cui valore aggiunto attivato grazie alla presenza della comunità cinese risulta il 23% del totale provinciale; quello delle attività professionali (17%); quello delle attività amministrative (16%); quello delle attività finanziarie ed assicurative (13%) e quello del commercio (10%).

I dati citati evidenziano, fuori da ogni dubbio, che il peso economico della comunità cinese sul contesto locale è di tutto rilievo e il contributo in termini economici è ben superiore a quello in termini demografici (9% dei residenti locali). Tenendo conto di effetti diretti, indiretti e indotti, se non vi fosse la comunità cinese il PIL della provincia di Prato risulterebbe più basso del 22%, il valore aggiunto delle imprese non cinesi si ridurrebbe del 9%, mentre le importazioni regionali ed estere si ridurrebbero rispettivamente del 36% e 39%.

Il capitolo si conclude con la simulazione di alcuni scenari alternativi, tutti tendenzialmente virtuosi, ma con conseguenze diverse per l'economia locale: da un lato si ipotizzano, infatti, upgrading tecnologico e qualitativo del settore moda, aumento della domanda di servizi intermedi legati alle fasi a maggiore valore aggiunto, aumento dell'export verso i paesi ricchi, dall'altro riduzione della

produzione locale con aumento delle importazioni dalla Cina e adeguamento degli standard operativi delle imprese cinesi, con una conseguente riduzione dell'impatto economico locale.

Tutti gli interventi sembrano concordare che il distretto pratese si trova in una fase molto delicata del suo sviluppo presente e futuro, in cui coesistono sia elementi critici (condizioni di lavoro precarie e in taluni casi illegali, esasperate dal livello elevato della concorrenza di prezzo, conflittualità tra le due comunità locali), sia potenzialità da sfruttare (operosità della comunità cinese, motivazione e forte etica del lavoro, intense relazioni internazionali, non solo nella fase di vendita dei prodotti finali). Le politiche pubbliche devono ovviamente cercare di valorizzare il più possibile tali potenzialità, al fine di ricreare nel distretto pratese quell'equilibrio virtuoso tra cooperazione e concorrenza che in passato ha saputo generare lo sviluppo economico e l'integrazione sociale. Di contro, se dovessero prevalere le ragioni della conflittualità, non potremmo che aspettarci un aumento del disagio sociale in entrambe le comunità, ma anche il fallimento dell'economia pratese nell'adattarsi al mutato scenario competitivo internazionale. È infatti evidente che l'integrazione di una porzione così consistente della popolazione stabilmente immigrata è necessaria non solo per importanti motivi di coesione sociale, ma anche per altrettanto rilevanti ragioni di competitività economica del distretto e dunque di sviluppo futuro dell'area.

2. La recente evoluzione delle imprese cinesi di Prato: diversificazione e relazioni transnazionali e miste

2.1 Introduzione

È trascorso ormai circa un quarto di secolo da quando i primi immigrati cinesi, per lo più provenienti dai villaggi intorno a Wenzhou nella provincia del Zhejiang, hanno cominciato ad arrivare a Prato, dove, in relativamente poco tempo, hanno formato una concentrazione di persone e di imprese che per numerosità e affermazione economica non ha uguali in Italia e forse in Europa.

Sull'immigrazione cinese a Prato esiste ormai una letteratura vasta e varia (Barbu *et al.*, 2013; Berti, Pedone e Valzania, 2013; Bracci, 2009; Ceccagno, 2003 e 2004; Ceccagno e Rastrelli, 2008; Colombi, 2002; , 2013a; Johanson *et al.*, 2010; Marsden e Caserta, 2010; Pieraccini, 2008 e 2010). Prima di soffermarsi sulle recenti tendenze delle imprese cinesi di Prato, sembra utile richiamare brevemente l'evoluzione di questo fenomeno dal suo primo manifestarsi fino alla crisi finanziaria internazionale. Durante l'ultimo decennio del secolo scorso, favorita dalle catene migratorie, l'immigrazione cinese a Prato aumentò rapidamente (da 520 residenti cinesi registrati all'anagrafe del Comune di Prato nel 1990 a 4.806 nel 2001) e con essa si moltiplicarono i laboratori di cucitura per conto di imprese committenti italiane, prima di maglieria e poi sempre più di abbigliamento pronto moda (da 210 imprese cinesi di abbigliamento iscritte alla locale Camera di Commercio nel 1992 a 1.201 nel 2001). Dopo circa un decennio dai primi arrivi, quando il numero di immigrati cinesi e delle loro imprese era ormai consistente, alcuni di loro, con maggiore anzianità migratoria e quindi con maggiori conoscenze produttive e relazioni nel contesto di immigrazione, si trasformarono da subfornitori a produttori di abbigliamento pronto moda in conto proprio, specializzandosi nel disegno dei modelli e nella vendita a grossisti e dettaglianti, utilizzando come subfornitori i laboratori cinesi di Prato. Questa trasformazione, presto imitata da altri imprenditori cinesi, accelerò ulteriormente la moltiplicazione delle imprese cinesi a Prato, dove si formò un vero e proprio sistema produttivo cinese del pronto moda: le imprese cinesi in Provincia di Prato passarono da 1.499 nel 2001 a 4.840 nel 2010. Questo straordinario sviluppo avvenne nel primo decennio del nuovo secolo, proprio quando lo storico distretto tessile pratese subiva una crisi senza precedenti, essenzialmente dovuta alle difficoltà ad adattarsi al cambiamento radicale del contesto competitivo del settore tessile: globalizzazione, liberalizzazione del commercio internazionale, concorrenza dei paesi emergenti fra i quali spicca la Cina, perdita di potere di mercato delle imprese di produzione rispetto a quelle della grande distribuzione sempre più dominanti, domanda sempre più frammentata e variabile, introduzione dell'euro e suo apprezzamento rispetto al dollaro. Tutto questo comportò una riduzione consistente e non temporanea della domanda di tessuti e filati prodotti a Prato, al punto che le esportazioni tessili della Provincia si dimezzarono e con esse

anche il numero delle imprese e degli addetti tessili si ridusse di oltre il 50% fra il 2001 e il 2011.

Lo sviluppo del pronto moda cinese ha dato luogo a diverse interpretazioni⁶; comunque, il fatto che tale sviluppo sia avvenuto contemporaneamente alla crisi dell'industria tessile pratese ha favorito il diffondersi di tensioni e di crescenti difficoltà nei rapporti fra autoctoni e immigrati cinesi. Il permanere di questa situazione, oltre a produrre disagio sociale in entrambe le popolazioni, ostacola la riproduzione del dinamismo delle imprese dei cinesi di Prato e, indirettamente, anche l'adattamento dell'economia pratese nel suo complesso al mutato contesto competitivo.

Questa ricerca ha lo scopo di esplorare la recente evoluzione delle imprese cinesi di Prato, in termini di attività svolte, beni prodotti, e soprattutto di relazioni che esse intrattengono nello svolgimento delle loro attività, sia con connazionali (a Prato, con altri cinesi di oltremare e in Cina), sia con soggetti italiani e di altre nazionalità (a Prato e altrove). Questo al fine di comprendere quale sia l'estensione geografica (locale, translocale e transnazionale), ed etnica (solo cinesi o anche con italiani e in particolare pratesi) delle loro reti imprenditoriali. Ciò anche allo scopo di aiutare ad individuare interventi utili a favorire l'inclusione economica e sociale di questi immigrati le cui imprese rappresentano ormai il 17% del totale delle imprese in provincia di Prato (Caserta e Marsden, 2014, p. 7).

Una migliore conoscenza dell'attuale fase evolutiva dell'imprenditoria cinese a Prato è necessaria per adottare misure che possano favorire un processo che porti alla progressiva riduzione della distanza fra le due popolazioni (pratese e cinese) che l'opposto andamento delle rispettive economie nello scorso decennio ha contribuito ad aumentare.

Il capitolo è organizzato come segue: nel paragrafo 2.2 si fa cenno alla metodologia utilizzata nell'indagine empirica; nel paragrafo 2.3 si illustrano i principali risultati della ricerca svolta; nel paragrafo 2.4 si analizzano le cause e le conseguenze dell'evoluzione in corso; nel paragrafo 2.5 si fanno alcune considerazioni sul possibile futuro dei cinesi di Prato e di Prato in generale. Il paragrafo 2.6, infine, approfondisce la tecnica e i risultati del *focus group*.

2.2 La ricerca empirica

Considerato che l'oggetto principale della ricerca era quello di studiare l'organizzazione interna ed esterna delle imprese dei cinesi di Prato nella fase attuale, tema su cui le informazioni, anche solo qualitative, sono assai scarse, la metodologia utilizzata è stata quella delle interviste a imprenditori cinesi sulla base di una traccia specificatamente costruita per rilevare i rapporti di lavoro dipendente, i rapporti di fornitura di beni e servizi, i rapporti di subfornitura e quelli di vendita delle imprese degli intervistati, con altre imprese cinesi a Prato e altrove e con imprese non cinesi a Prato e altrove.

Successivamente alle prime cinque interviste effettuate nell'estate del 2013⁷, nel 2014 sono state effettuate altre dieci interviste (nel periodo compreso fra aprile e novembre) a imprenditori cinesi di Prato. Ogni intervista è durata oltre un'ora

⁶ Per una sintesi delle diverse interpretazioni si veda De Ottati (2013b).

⁷ Per i risultati di queste prime interviste si veda Guercini, Milanese e Dei Ottati (2013).

ed è stata registrata e trascritta. Le interviste hanno riguardato 8 imprese finali di pronto moda, alcune delle quali fra le più affermate di Prato, 2 imprese tessili (una filatura e una stamperia su tessuti), 2 imprese di importazione e commercio all'ingrosso, 2 imprese di subfornitura del pronto moda, 1 impresa di ristorazione. Ad eccezione di un subfornitore, tutti gli altri intervistati provengono dalla zona di Wenzhou. Si tratta di imprenditori che risiedono a Prato da circa 20 anni o, in 5 casi, di giovani di seconda generazione che sono cresciuti a Prato e in Italia.

A causa della difficoltà a intervistare gli imprenditori cinesi di Prato, soprattutto per la generalizzata diffidenza che essi hanno nei confronti degli italiani, anche se docenti universitari, per trovare soggetti disposti a partecipare alla ricerca è stato necessario ricorrere all'introduzione e spesso anche alla partecipazione all'intervista di persone di loro fiducia. Per le interviste svolte nel 2013 l'introduzione è avvenuta grazie ad un professionista cinese di cui gli intervistati erano clienti e che ha fatto anche da interprete. Per le interviste svolte nel 2014, fondamentale è stata l'introduzione e la partecipazione nella maggior parte delle interviste del professor Zhang Yili della Business School dell'Università di Wenzhou, durante il suo soggiorno di studio presso il Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa dell'Università di Firenze nella primavera-estate del 2014⁸.

In considerazione sia del numero non elevato di interviste che è stato possibile realizzare, sia del modo di selezione degli imprenditori intervistati, allo scopo di arricchire le informazioni raccolte ed in parte verificarne la validità con riferimento se non al complesso delle imprese cinesi di Prato, almeno alla parte più qualificata e dinamica di esse, i risultati ottenuti dalle interviste sono stati discussi con un gruppo di giovani imprenditori cinesi di Prato di seconda generazione. Per questa discussione collettiva ci si è avvalsi della collaborazione di due ricercatrici dell'Università di Firenze esperte nella tecnica del *focus group*⁹.

2.3 La recente evoluzione delle imprese cinesi a Prato

La traccia utilizzata per le interviste prevedeva 4 parti. Una prima parte riguardava la storia migratoria e imprenditoriale dell'intervistato e in parte della sua famiglia. La seconda parte della traccia si concentrava invece sull'attività attualmente svolta dall'imprenditore: il tipo di impresa, il numero di addetti, distinti fra familiari e dipendenti e questi ultimi fra cinesi, italiani o di altre nazionalità e specificando per ciascuno il tipo di mansione svolta. Si è chiesto quali lavorazioni erano affidate a imprese esterne e se queste erano di cinesi o di italiani e dove erano localizzate. Si è inoltre chiesto quanti e quali fornitori di semilavorati e servizi professionali utilizzava l'intervistato, così come il numero, il tipo, la localizzazione e la nazionalità dei clienti. Una terza parte ha riguardato specificatamente i rapporti dell'imprenditore con la Cina. Infine, poiché negli ultimi anni, sia per il clima di tensione fra pratesi e cinesi, sia per il persistere della crisi economica in Italia e in Europa, sembra essersi attivato un flusso di ritorno verso la Cina dove l'economia ancora cresce, si è chiesto agli intervistati come e dove vedevano il futuro loro e delle loro famiglie, e come ritenevano si potesse favorire l'integrazione dei cinesi nell'economia e nella società locale.

⁸ Per la loro collaborazione si ringraziano il vicepresidente della CNA di Prato e il Presidente dell'Associazione d'amicizia dei cinesi a Prato e un imprenditore pratese di pronto moda che ci ha introdotto i due subfornitori cinesi.

⁹ In proposito si veda Accocella e Manzo (paragrafo 2.6).

I risultati della prima parte delle interviste confermano l'evoluzione dell'immigrazione e dell'imprenditoria cinese a Prato che si è sintetizzata nell'introduzione. Praticamente tutti i soggetti che hanno partecipato alla ricerca o i loro familiari sono arrivati a Prato all'inizio degli anni novanta e appena ottenuto il permesso di soggiorno hanno avviato un'impresa di subfornitura, lavorando per committenti italiani, e nel decennio successivo sono divenuti produttori in conto proprio di pronto moda. L'evidenza che emerge dalla seconda e terza parte delle interviste fa ritenere che sia in atto la transizione verso una terza fase nell'evoluzione dell'imprenditoria cinese di Prato: questa evidenza costituisce l'oggetto dei paragrafi che seguono.

2.3.1 *Diversificazione delle attività e differenziazione dei prodotti e dei mercati*

All'inizio le imprese di immigrati cinesi a Prato erano tutte simili fra loro sia per attività svolta (cucitura per imprese italiane), sia per organizzazione (marito, moglie e qualche parente o conoscente); dal nuovo secolo gli imprenditori con maggiore anzianità migratoria sono passati dalla subfornitura alla produzione in conto proprio di pronto moda femminile di bassa qualità. Pertanto, la principale differenza fra le imprese cinesi era fra quelle che si occupavano dei modelli e della commercializzazione degli abiti e quelle che si occupavano della cucitura. Tuttavia, da qualche anno sembra avviato un processo di diversificazione che riguarda non solo i settori di attività, ma anche i prodotti e i mercati del pronto moda, con effetti sull'organizzazione interna ed esterna delle imprese.

A proposito della diversificazione delle attività, nonostante il permanere della concentrazione nell'abbigliamento pronto moda, anche dal registro delle imprese presso la Camera di Commercio di Prato si rileva un aumento delle imprese con titolare cinese in altre attività manifatturiere e, in particolare, in quelle tessili (tintorie in capo, lavanderie, stamperie, filature...). Tuttavia, l'incremento più significativo si è avuto nelle attività terziarie, soprattutto nel commercio (importazione e ingrosso e commercio al dettaglio¹⁰), nella ristorazione e nelle agenzie immobiliari (Tab. 2.1). La maggiore diversificazione delle attività è confermata anche dalla nostra indagine: malgrado che l'intento iniziale fosse quello di coinvolgere solo imprese di pronto moda, fra i partecipanti vi è stato anche un gestore di ristorante, un grossista di alimentari, diversi importatori (di tessuti, filati, accessori, maglieria), uno stampatore, un filatore e un avvocato. Inoltre, dal *focus group* è emerso che alcuni imprenditori cinesi hanno investito nella distribuzione, acquistando catene di negozi non solo nell'abbigliamento, ma anche in altri settori, compreso quello alimentare.

Per quanto riguarda la diversificazione delle attività, bisogna anche notare che, nella maggior parte dei casi, gli imprenditori intervistati hanno cambiato più volte attività nel corso del tempo. Per esempio, un imprenditore è passato dalla subfornitura, all'importazione di abiti e poi alla produzione in conto proprio; un altro è passato dalla gestione di un'impresa di cucitura, ad una di stiro e poi all'importazione di accessori per abbigliamento; un altro ancora è passato dalla subfornitura al pronto moda e, successivamente, al commercio al dettaglio di abiti e infine all'importazione e commercio all'ingrosso di generi alimentari. Non solo, oltre che in modo sequenziale, la diversificazione delle attività avviene in modo congiunto da parte dello stesso imprenditore, o di altri componenti della

¹⁰ Per una recente ricerca sul commercio al dettaglio degli imprenditori cinesi di Prato, si veda Berti, Pedone, Valzania (2013).

famiglia¹¹. Ad esempio, in un caso abbiamo riscontrato che l'intervistato gestisce un pronto moda e contemporaneamente con un socio italiano produce vino in Toscana che esporta in Cina grazie alle sue relazioni, mentre la moglie ha un commercio all'ingrosso di abbigliamento. In un altro caso l'intervistato è proprietario di un'impresa finale di abbigliamento a Prato, e contemporaneamente fa anche da intermediario per imprese italiane che producono beni del *made in Italy* e vogliono esportarli in Cina. Un altro caso è quello di un imprenditore che importa e produce filati, mentre la moglie gestisce un ingrosso, e un figlio è titolare di un'agenzia immobiliare.

Tabella 2.1 IMPRESE CINESI ATTIVE NELLA PROVINCIA DI PRATO AL 31/12/2013

| Settore di attività economica | Val. assoluti | Valori % |
|--|---------------|---------------|
| Agricoltura, silvicoltura e pesca | 9 | 0,18 |
| Attività manifatturiere | 3.785 | 74,83 |
| Industrie tessili | 320 | 6,33 |
| Confezione di articoli di abbigliamento; confezione di articoli in pelle e pelliccia | 3.255 | 64,35 |
| Fabbricazione di articoli in pelle e simili | 112 | 2,21 |
| Fabbricazione di mobili | 32 | 0,63 |
| Altre industrie manifatturiere | 66 | 1,30 |
| Attività di raccolta, trattamento e smaltimento dei rifiuti; recupero dei materiali | 2 | 0,04 |
| Costruzioni | 26 | 0,51 |
| Commercio | 807 | 15,95 |
| Commercio riparazione di auto e moto | 8 | 0,16 |
| Commercio all'ingrosso | 524 | 10,36 |
| Commercio al dettaglio | 275 | 5,44 |
| Attività dei servizi di alloggio e ristorazione | 171 | 3,38 |
| Alloggio | 2 | 0,04 |
| Attività dei servizi di ristorazione | 169 | 3,34 |
| Servizi | 275 | 5,44 |
| Trasporto e magazzinaggio | 10 | 0,20 |
| Servizi di informazione e comunicazione | 22 | 0,43 |
| Attività finanziarie e assicurative | 10 | 0,20 |
| Attività immobiliari | 87 | 1,72 |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche | 18 | 0,36 |
| Noleggio, agenzie viaggio, servizi di supporto alle imprese | 28 | 0,55 |
| Istruzione | 2 | 0,04 |
| Sanità e assistenza sociale | 4 | 0,08 |
| Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento | 14 | 0,28 |
| Altre attività di servizi | 62 | 1,23 |
| Imprese non classificate | 1 | 0,02 |
| TOTALE | 5.058 | 100,00 |

Fonte: Camera di Commercio di Prato

In aggiunta alla diversificazione settoriale, sembra essersi avviato anche un processo di differenziazione/qualificazione dei prodotti e dei mercati delle imprese di pronto moda cinesi. Dalla nostra indagine emerge, infatti, che alcuni pronti moda più strutturati e con maggiore anzianità aziendale o diretti da giovani di seconda generazione hanno iniziato a produrre abiti di qualità media, il cui principale fattore di competitività è costituito dal continuo rinnovamento dei

¹¹ Analoga evidenza era emersa anche dalla ricerca di Marsden e Caserta (2010, p. 18), come pure in ricerche sugli immigrati cinesi in Australia: Lever-Tracy e Ip (2005).

modelli¹², anziché dal basso prezzo. Queste imprese vendono la maggior parte della produzione non più a grossisti e ambulanti italiani o cinesi immigrati in Italia e in Europa, ma a catene di negozi anche di una certa reputazione, nazionali e internazionali, soprattutto in Europa, ma anche in America, Sud Africa ed estremo oriente. Alcune di queste imprese hanno iniziato a produrre anche in semi-programmato per i clienti più grandi e stabili. Altre, anche se poche per ora, producono in parte con marchio proprio. Altri imprenditori per differenziare la loro offerta propongono pronto moda maschile, anziché femminile, e si rivolgono ad una fascia di mercato media, puntando soprattutto sul contenuto di stile e sulla comunicazione anche tramite internet.

2.3.2 *Estensione interetnica delle relazioni interne ed estere alle imprese*

In generale per cambiare attività o per posizionarsi su una fascia di mercato più elevata, o su un segmento diverso che offre maggiori opportunità di guadagno, è necessario disporre di competenze e relazioni nuove. Dalle interviste effettuate e dalla discussione successiva è emerso chiaramente che queste nuove competenze e relazioni richiedono il coinvolgimento, diretto o indiretto, di italiani (pratesi) nell'organizzazione dell'impresa. Ad esempio, l'imprenditore che possiede la stamperia di tessuti, oltre ad una trentina di operai cinesi, occupa anche sei italiani: un chimico esperto, un meccanico, due stilisti che propongono i disegni da realizzare sui tessuti, un contabile ed un addetto al magazzino. Inoltre, quando sono richieste lavorazioni particolari, come la calandratura o il trasferimento di disegni, per la loro realizzazione si rivolge ad aziende italiane di Prato. Analogamente, chi apre una tintoria, ha bisogno di tecnici italiani (pratesi), le cui competenze sono essenziali per l'impresa.

Dalle interviste risulta anche che i pronto moda cinesi più strutturati o che offrono prodotti di qualità media, generalmente occupano circa una decina di dipendenti fra cinesi e italiani. Mentre il lavoro operaio è svolto da cinesi, le mansioni che richiedono competenze specialistiche, come il disegno dei modelli, la contabilità o la vendita al pubblico, sono svolte da italiani. Inoltre, per quanto riguarda le lavorazioni affidate all'esterno, mentre per la cucitura questi pronto moda si rivolgono a subfornitori cinesi, soprattutto a Prato ma in parte anche ad Empoli, per le lavorazioni che richiedono competenze tecniche specifiche, come ad esempio la tintura e il lavaggio dei capi di lana, o per altre lavorazioni speciali, ma anche quando si richiede una qualità più elevata, le imprese a cui si rivolgono sono italiane di Prato. Italiani sono in genere anche i rappresentanti dai quali acquistano i tessuti (che per lo più sono importati) o ai quali si rivolgono per vendere parte della loro produzione. Infine, italiani sono i consulenti dai quali acquistano servizi professionali, come quelli forniti dal commercialista o dall'avvocato, ma anche da altri tipi di consulenti aziendali.

A proposito dell'organizzazione interna delle imprese cinesi di Prato uno degli imprenditori che hanno partecipato alla ricerca afferma:

“Quelli (i lavoratori) più specializzati in un lavoro tecnico sono italiani; la maggior parte della manodopera è cinese. Noi cinesi siamo grandi lavoratori, e fare più lavoro non cambia niente... Noi veniamo da un paese in cui se si dice di fare una cosa viene eseguita”.

¹² Dalle interviste effettuate è emerso che nei pronto moda cinesi più strutturati ci sono 4 o 5 persone che si occupano continuamente del campionario e il numero dei modelli base che annualmente vengono realizzati è compreso fra 800 e 1.000.

A proposito dell'estensione interetnica delle relazioni di lavoro nelle imprese cinesi, dall'indagine abbiamo appreso con qualche sorpresa, che ora che a Prato nuovi immigrati cinesi arrivano molto meno e, invece, in parte tornano in Cina o vanno altrove, alcune imprese cinesi hanno iniziato ad assumere manodopera di altre nazionalità come, ad esempio, indiani, marocchini o albanesi.

Ancora, circa le relazioni esterne delle imprese cinesi un intervistato afferma:

“Noi il lavoro lo facciamo fare a cinesi e a italiani. L'italiano magari fa una tecnica diversa e il cinese una più di base... Io il tessuto lo compro da italiani e da cinesi. Gli italiani magari lo importano dalla Turchia o dalla Cina, ma io lo compro da loro. ... In termini di rapporti di lavoro, acquisto o vendita, ormai siamo su una rete mischiata”. E ancora “Io il 90% del tessuto lo compro da italiani, il 10% da cinesi importatori. Quello che prendo da italiani, per il 70-80% sono italiani-importatori e il resto è tessuto prodotto in Italia, di cui forse il 5% è prodotto a Prato. Non è che non voglio comprare da chi produce tessuti a Prato, è che loro sono su un target diverso e, inoltre, non riescono a star dietro ai tempi del pronto moda”. Comunque, già questa piccola percentuale è indicativa del miglioramento della qualità della produzione di una parte dei pronto moda cinesi, perché “5 anni fa forse nessun cinese utilizzava tessuti italiani o pratesi”.

L'impiego di lavoratori italiani o cinesi dipende molto anche dal settore: chi investe nella distribuzione in Italia, per la vendita al pubblico deve assumere italiani, così come chi apre un bar o un negozio rivolto al pubblico in generale.

L'estensione interetnica delle relazioni interne ed esterne alle imprese cinesi è strettamente collegata al ricambio generazionale e all'avvento dei giovani di seconda generazione che sono cresciuti in Italia e che conoscono la lingua e la cultura italiana e, quindi, possono interagire facilmente con gli italiani. È evidente che un imprenditore che non conosce bene l'italiano non può assumere un lavoratore italiano ed incontra serie difficoltà anche ad acquistare beni e servizi da imprenditori italiani, con i quali non può comunicare direttamente. Dalla nostra indagine risulta infatti che le relazioni miste (con cinesi e con italiani) sono più frequenti nelle imprese gestite da cinesi di seconda generazione e, nel caso degli imprenditori di prima generazione, le abbiamo rilevate solo in quelle imprese i cui titolari non solo risiedono a Prato da oltre venti anni, ma che al momento della migrazione erano in possesso di un livello di istruzione ben superiore a quello medio degli immigrati cinesi di Prato, e questa maggiore istruzione, insieme alla lunga permanenza, ha consentito loro di apprendere meglio la lingua e la cultura italiana.

In proposito, un partecipante al *focus group* afferma:

“Noi siamo divisi in due generazioni, la prima non parla italiano, la seconda generazione invece parla italiano e quindi ha più possibilità di collaborare con italiani e avere dipendenti italiani. Siamo (la seconda generazione) più inseriti, abbiamo più collaborazioni con italiani. A differenza delle prime generazioni che cercheranno di rapportarsi solo con la loro comunità cinese, così non hanno problemi di lingua e di mentalità, quindi loro faranno prodotto più basso (di qualità)”.

E un altro prosegue:

“Le prime generazioni non hanno una conoscenza linguistica e culturale... Se quello che ho sono solo le mani, allora sarò costretto a fare borse o vestiti. Se so cucire, mi limito a fare quello, e quello viene fatto anche dalla mia famiglia. Darò poco valore aggiunto al prodotto. Le seconde generazioni ...hanno più risorse, sanno parlare italiano e possono ampliare le loro collaborazioni. È come l'italiano che parla

inglese riesce a creare relazioni economiche con le altre nazioni. Inoltre, il discorso della cultura è molto difficile da spiegare. Spesso i conflitti fra imprese italiane e cinesi avvengono perché non riescono a comprendersi culturalmente”.

2.3.3 Estensione transnazionale delle relazioni delle imprese cinesi

È noto che i cinesi di Prato, come la maggior parte degli immigrati, mantengono relazioni con parenti e amici rimasti nel luogo di origine (Marsden e Caserta, 2010). Nel caso dei cinesi di Prato, poiché provengono da un'area di forte emigrazione (Wu, 2010), le relazioni si estendono anche a parenti e conoscenti emigrati in altre parti della Cina e in altri paesi d'Europa e del mondo (Zhang, capitolo 3).

Soprattutto dall'inizio del nuovo secolo, a causa dell'intensificarsi del processo di globalizzazione dell'economia, favorito dal progresso delle tecnologie di comunicazione e di trasporto, e in conseguenza della straordinaria crescita economica della Cina, queste relazioni sociali sono diventate molto importanti per lo sviluppo di attività economiche transnazionali. In letteratura il transnazionalismo fa riferimento soprattutto all'imprenditoria immigrata e viene considerato una forma del capitalismo globale diversa da quella realizzata dalle grandi imprese multinazionali. Queste ultime basano l'estensione internazionale delle loro attività soprattutto sul capitale finanziario e si avvalgono di rapporti gerarchici per il loro coordinamento. Viceversa, per le piccole e medie imprese transnazionali di immigrati fondamentali sono le relazioni sociali (il cosiddetto capitale sociale¹³) soprattutto nel paese di origine e la possibilità di utilizzare rapporti di fiducia per il coordinamento a distanza delle attività.

A prima vista, il confronto fra il capitalismo globale delle grandi multinazionali e quello delle piccole e medie imprese, soprattutto di immigrati, può indurre a ritenere che quest'ultimo sia trascurabile. Tuttavia, quando, come nel contesto economico e tecnologico attuale, il numero dei soggetti che hanno la possibilità di diventare imprenditori transnazionali è elevato e talvolta spazialmente concentrato come nel caso dei cinesi di Prato, allora gli effetti economici del cosiddetto transnazionalismo dal basso possono essere tutt'altro che irrilevanti¹⁴.

Sono imprenditori transnazionali quelli che si dedicano alla importazione di beni che di solito, nel caso di immigrati, sono prodotti nel paese di origine, e/o coloro che si dedicano all'esportazione, diretta o indiretta, nel paese di origine di beni prodotti nel paese di immigrazione. Il commercio internazionale degli immigrati non è certo una novità, ma mentre in passato riguardava una ristretta *élite*, nell'economia contemporanea esso è diventato quasi un fenomeno di massa, assumendo dimensioni senza precedenti. Inoltre la globalizzazione dell'economia ha comportato una trasformazione organizzativa dei processi produttivi, dando luogo alla loro frammentazione internazionale (le cosiddette catene globali del valore¹⁵). In questo modo si è sviluppato un fenomeno nuovo: la subfornitura internazionale non solo da parte dei centri delle grandi imprese verso le partecipate all'estero, ma verso imprese indipendenti e questo fenomeno sta interessando anche le piccole imprese transnazionali degli immigrati.

¹³ Sul capitale sociale e sul suo ruolo nello sviluppo imprenditoriale degli immigrati si veda Portes e Sensenbrenner (1993).

¹⁴ Sul transnazionalismo si vedano Portes, Guarnizo e Landolt (1999); Portes, Haller e Guarnizo (2002); sul transnazionalismo dal basso si veda Smith e Guarnizo (1998). Sulla diffusione di imprese transnazionali fra gli immigrati cinesi in Canada si veda Wong e Ng (2002).

¹⁵ Sulla frammentazione internazionale dei processi produttivi e le catene globali del valore si vedano: Gereffi e Korzeniewicz (1994); Gereffi, Humphrey e Sturgeon (2005).

Nonostante il numero limitato di imprenditori coinvolti nella nostra indagine, su 13 intervistati (escludendo i due titolari di laboratori di cucitura), ben 8 sono risultati essere imprenditori transazionali: 4 di essi sono, in tutto o in parte, importatori di beni prodotti in Cina (di tessuti, di filati, di accessori per abbigliamento, di generi alimentari); 2 di essi sono direttamente o indirettamente coinvolti nella esportazione di beni prodotti in Italia, uno dei quali è anche proprietario di un'impresa di produzione in Cina. Altri 2, infine, pur non avendo effettuato investimenti diretti, utilizzano alcune imprese in Cina come subfornitori abituali.

L'attività transazionale più frequente fra gli intervistati, ma probabilmente anche fra le imprese cinesi di Prato, è quella di importazione¹⁶. Si tratta di soggetti che utilizzano conoscenze e relazioni generalmente possedute prima di emigrare e che nello svolgimento della loro attività si avvalgono della collaborazione di persone di fiducia che vivono nel paese dal quale importano: nei casi esaminati si tratta di parenti o soci in affari che risiedono in Cina.

Ad esempio, l'importatore di filati da noi intervistato collabora da molto tempo con un'impresa che produce filati in Cina e che, circa venti anni fa, grazie ai contatti forniti dal nostro intervistato, ha acquistato nuovi macchinari in Italia con i quali ha potuto migliorare la qualità del prodotto così da esportarlo in Italia e, successivamente, anche in altri paesi. In questo modo si è creato un rapporto di fiducia tale che questo importatore può ormai svolgere il suo lavoro senza bisogno di dover andare in Cina frequentemente.

L'importatore di accessori per abbigliamento svolge la sua attività con la collaborazione di un socio in Cina che si occupa di individuare i fornitori dai quali, a seconda delle tendenze della moda, acquistare, o far produrre in base alle specifiche del cliente, gli accessori da importare in Italia. Malgrado gli acquisti siano principalmente seguiti dal socio che sta in Cina, anche l'imprenditore che risiede abitualmente a Prato e tiene i rapporti con i clienti si reca spesso in Cina per lavoro.

L'importatore di generi alimentari, invece, ha potuto avviare questa attività grazie all'aiuto, anche finanziario, di un parente che risiede a Wenzhou e che possiede a sua volta un ingrosso di generi alimentari. Quest'ultimo ha quindi le conoscenze e le relazioni per acquistare la merce di cui l'importatore che sta a Prato ha bisogno. In sostanza, grazie a questo doppio rapporto di parentela e di affari, l'intervistato può svolgere il suo lavoro soprattutto usando il telefono ed internet.

Un'attività transazionale più interessante della semplice importazione è quella che integra la produzione fatta in Cina con la progettazione e la commercializzazione fatta in Italia. Tra i nostri intervistati abbiamo rilevato 3 esempi di questo tipo di attività, ma solo in un caso l'internazionalizzazione produttiva ha dato luogo all'investimento in un'impresa in Cina affidata alla direzione di un parente. Sempre più, da quando è stato effettuato questo investimento (circa otto anni fa) l'impresa pratese è diventata il centro in cui si progettano i modelli, si cura l'amministrazione e la commercializzazione di abiti prodotti nello stabilimento cinese. Ovviamente, non si tratta di vero e proprio pronto moda, ma di abbigliamento semi-programmato e serie lunghe di produzione. In questo caso, nonostante la stretta collaborazione di una persona di fiducia, per assicurare un

¹⁶ Secondo un importatore cinese che ha partecipato al *focus group* "sono i prodotti importati dalla Cina (tessuti, filati e accessori...) che permettono al territorio pratese di lavorare".

efficace coordinamento delle attività svolte a così grande distanza, anche l'imprenditore che risiede a Prato effettua frequenti viaggi in Cina.

Un esempio di subfornitura internazionale è quello di un cinese di seconda generazione che ha da poco aperto un pronto moda a Prato e che per una parte della sua produzione si avvale di 2 o 3 imprese in Cina. Nell'intervista, l'imprenditore spiega che la decisione di utilizzare subfornitori in Cina è motivata principalmente dall'obiettivo di produrre abbigliamento di qualità migliore rispetto a quella che di solito si produce a Prato. Secondo questo imprenditore, gli operai cinesi di Prato *"sanno fare solo cose spartane e semplici. Le giacche, specialmente se di pelle, è meglio farle fare in Cina"*. Per il coordinamento della produzione (controllo delle quantità, della qualità e delle consegne) si avvale di un collaboratore di fiducia esperto del settore che risiede sul posto; nonostante ciò va in Cina quasi ogni mese per seguire di persona gli ordini.

Un altro esempio di questo nuovo tipo di attività transnazionale è quello di un'impresa in conto proprio di maglieria che fa produrre in Cina la maggior parte delle maglie che commercializza in Italia e in Europa. Di solito le maglie arrivano già finite, ma grezze, e la tintura viene fatta fare a Prato da un'impresa italiana, secondo le richieste dei clienti. Anche in questo caso l'internazionalizzazione produttiva avviene grazie alla collaborazione stretta di una persona di fiducia in Cina (originaria di Wenzhou ma che risiede in un'altra provincia). Questa persona fa il grossista di maglieria e, oltre a seguire la produzione delle maglie per conto dell'imprenditore che risiede a Prato, si occupa anche di realizzare i campioni sulla base dei disegni che vengono inviati da Prato in Cina via internet, e talvolta anche modificati per tener conto delle indicazioni dei clienti maggiori, per i quali la produzione avviene in semi-programmato.

Un terzo tipo di attività transnazionale riguarda l'esportazione nel paese di origine di beni prodotti nel paese di immigrazione. Dall'indagine risulta che ancora nessuno degli intervistati svolge questa attività come principale, ma due di essi hanno di recente iniziato a praticarla come diversificazione. In un caso l'intervistato si limita ad esportare in Cina il vino e l'olio prodotti in un'azienda agricola posseduta in comproprietà con un italiano. Nell'altro caso, invece, si tratta di un ampio progetto per la promozione dei prodotti del *made in Italy* in Cina.

Questo secondo caso riguarda un imprenditore cinese che risiede a Prato da 25 anni e che da poco ha realizzato la sua idea di promuovere la vendita del *made in Italy* in Cina. Grazie ad una società con capitale cinese è stato costruito un centro espositivo nel quale un centinaio di imprese italiane (soprattutto appartenenti ai settori della moda, ma anche dell'arredo-casa, della meccanica e dell'alimentare) che producono *made in Italy* di qualità (il solo che si vende in Cina) hanno la possibilità di esporre e promuovere le loro produzioni, con l'aiuto di venditori cinesi, parte dei quali, per svolgere meglio il loro lavoro, conoscono anche la lingua e la cultura italiana. Per la realizzazione di questo ambizioso progetto, oltre alle relazioni anche di tipo istituzionale possedute dall'intervistato in Cina, l'imprenditore si è avvalso della collaborazione di un pratese che tiene i contatti con le imprese italiane che sono interessate a vendere i loro prodotti in Cina, attraverso questa iniziativa.

Anche se l'attività di intermediazione per le imprese italiane che vogliono esportare o, comunque, fare affari in Cina sembra essere la meno sviluppata, almeno fra i cinesi di Prato, essa in prospettiva appare molto promettente sia per gli immigrati che in questo modo possono utilizzare al meglio le loro conoscenze e

relazioni miste, sia per le piccole e medie imprese italiane prive altrimenti delle risorse culturali, finanziarie e organizzative per internazionalizzarsi in un paese così diverso come è la Cina. Come afferma un partecipante al *focus group*:

“Se un italiano va in Cina (per fare affari) è meglio che ci vada con uno che anche se non vive in Cina da anni, un minimo sa muoversi, ha dei parenti... questa può essere una direzione innovativa. In altre città sta già partendo, quando partirà anche a Prato sarà più forte, perché qui si è molto pragmatici e questo è un elemento di forza”.

Tabella 2.2 PRINCIPALI TENDENZE EVOLUTIVE DELLE IMPRESE CINESI DI PRATO

| | |
|--|--|
| Diversificazione delle attività | da produzione di abbigliamento a altri settori come il tessile (tintorie, stamperie, filature...) e soprattutto il terziario commerciale (all'ingrosso e al dettaglio) |
| Qualificazione dei prodotti | da abiti pronto moda di bassa qualità venduti ad ambulanti e grossisti a anche abbigliamento di qualità media in pronto moda e semi-programmato per catene di negozi italiane ed estere , anche note. |
| Estensione interretnica delle relazioni interne alle imprese | da solo operai cinesi a anche collaboratori italiani per mansioni tecniche e/o che richiedono una particolare qualificazione (stilisti, contabili, addetti alle vendite, professionisti...). |
| Estensione interretnica delle relazioni esterne alle imprese | da solo laboratori cinesi a anche subfornitori e fornitori italiani per le lavorazioni più qualificate o che richiedono specifiche competenze (tintoria, calandratura, rappresentanti...) |
| Estensione transnazionale delle relazioni imprenditoriali | Le conoscenze e relazioni sia in Cina sia in Italia sono risorse importanti nel capitalismo globale per svolgere attività transnazionali , come: <ul style="list-style-type: none"> - l'importazione di semilavorati (tessuti, filati, accessori per abbigliamento) e prodotti finiti dalla Cina (attività prevalente) - l'internazionalizzazione produttiva, mediante la subfornitura in Cina di parte degli abiti disegnati e commercializzati a Prato, o mediante investimenti diretti in Cina. - l'esportazione di prodotti italiani in Cina e l'intermediazione per fare affari in Cina. |

2.4 Cause e conseguenze dell'evoluzione imprenditoriale rilevata

Le tendenze evolutive delle imprese cinesi di Prato illustrate nei paragrafi precedenti dipendono dalla combinazione di più fattori. Il fattore principale è costituito dal crescente ruolo dei giovani di seconda generazione nelle scelte imprenditoriali. Come già messo in evidenza (paragrafo 2.2), i giovani di seconda generazione sono cresciuti in famiglie cinesi residenti in Italia e quindi conoscono la lingua italiana e spesso anche quella cinese. Nell'attuale contesto della globalizzazione, queste conoscenze e relazioni miste aprono opportunità che erano assolutamente indisponibili per i loro genitori, arrivati qui senza sapere una parola di italiano, poco istruiti, e provenienti da un paese ancora economicamente arretrato. Inoltre, occorre aggiungere che vivendo in Italia questi giovani hanno assorbito, almeno in parte, la mentalità italiana e non sono disponibili a fare una vita di sacrificio come quella dei loro genitori.

A questo fondamentale fattore se ne aggiungono almeno altri due. Il recente straordinario sviluppo della Cina non rende più conveniente emigrare in Italia, almeno non dal Zhejiang, e soprattutto a Prato dove sembra addirittura che sia in atto un flusso di ritorno. Il mancato arrivo di nuovi immigrati cinesi determina una scarsità di manodopera che scoraggia la formazione di imprese di subfornitura e, come si è visto, induce quelle esistenti a cercare lavoratori di altre

nazionalità. Inoltre, la prolungata crisi economica degli ultimi anni in Italia ed in Europa ha ridotto la domanda dei consumatori in questi paesi ed accentuato la concorrenza anche fra le imprese cinesi, così riducendo i loro guadagni.

Dopo aver accennato alle cause delle tendenze evolutive rilevate, di seguito si considerano alcune implicazioni di tali tendenze.

La diversificazione settoriale e la crescita delle attività terziarie, soprattutto di quelle commerciali, in particolare del commercio al dettaglio (ma anche di quello all'ingrosso) con l'apertura di negozi che si rivolgono al pubblico in generale, e non più solo ai connazionali, comporta un cambiamento importante delle modalità di inserimento economico di questi immigrati. Difatti, le attività commerciali (ma anche quelle professionali) richiedono la conoscenza della lingua italiana e un'interazione quotidiana con gli italiani; inoltre, l'apertura al pubblico rende più difficile operare in violazione della legge (Dei Ottati e Colonia, in corso di pubblicazione). Anche la qualificazione dei prodotti delle imprese cinesi, come si è visto dagli esempi riportati, richiede l'acquisizione di competenze più specializzate possedute da lavoratori e imprese italiane, soprattutto locali, aprendo così le reti imprenditoriali cinesi a rapporti interetnici. Infine, anche il diffondersi di imprese transnazionali, riducendo il vantaggio di ricorrere all'economia informale, favorisce, da un lato, l'inserimento di queste imprese nel capitalismo globale, e dall'altro, anche la loro integrazione nell'economia locale. Questo perché le imprese di importatori e i produttori di abbigliamento, pur utilizzando relazioni con connazionali soprattutto nel paese di origine, si avvalgono anche della collaborazione di italiani e i loro clienti sono per lo più italiani ed europei. Inoltre, quando l'attività transnazionale consiste nell'esportazione in Cina, essa riguarda prodotti tipici dell'Italia. Come sottolinea uno dei nostri intervistati:

“L'unico vantaggio per il cinese che ha vissuto in Italia e va a vendere in Cina è di esprimere l'italianità. Ci sono cinesi che aprono ristoranti italiani o che vendono prodotti italiani DOC”.

Un'ulteriore implicazione delle tendenze evolutive rilevate è quella di mostrare la presenza di una certa eterogeneità e complessità fra le imprese cinesi di Prato, contraddicendo così lo stereotipo che le identifica solo con i capannoni-dormitorio dove si sfrutta il lavoro di connazionali in condizioni di illegalità¹⁷. Al riguardo un partecipante al *focus group* afferma:

“Sarebbe interessante che da questa analisi uscisse l'eterogeneità dell'imprenditoria cinese a Prato, e questo sarebbe già un passo avanti. Solo così si capisce che molte attività sono più avanzate, che hanno strutture come questa (quella in cui è avvenuto il focus group). Se si va nel capannone di un italiano non c'è una struttura così bella... Qui le società sono più strutturate, hanno esigenze più complesse e richiedono competenze di soggetti italiani”.

Non si tratta qui di negare la presenza di imprese che non rispettano le norme vigenti, cosa che ovviamente va contrastata, bensì di affermare che esse non rappresentano tutta la realtà dei cinesi di Prato. Esistono infatti anche imprenditori cinesi (anche se purtroppo la nostra indagine non consente di stabilire in quale proporzione sul totale) che sono riusciti ad emergere, grazie soprattutto alla loro capacità di investire e di combinare insieme relazioni geograficamente vicine e lontane e abilità di persone appartenenti a gruppi sociali differenti per cultura ed etnia.

¹⁷ Sulla rappresentazione corrente degli immigrati cinesi in Italia, oltre ai numerosi articoli di giornale, si veda Oriani e Staglianò (2008).

Se le tendenze evolutive rilevate dall'indagine continueranno, eventualmente accelerate da interventi a sostegno di investimenti misti (cinesi e italiani) e innovativi, allora le relazioni fra immigrati cinesi e autoctoni aumenteranno e porteranno ad una sempre maggiore integrazione fra i due sistemi economici e i due gruppi sociali. Se questa evoluzione si realizzerà, allora la presenza di una così numerosa popolazione di imprenditori cinesi a Prato costituirà una risorsa importante per il rinnovamento e la rivitalizzazione economica e sociale di Prato nel nuovo contesto del capitalismo globale. Sul ruolo che i cinesi di seconda generazione possono svolgere a Prato un partecipante alla ricerca ha affermato:

“Io credo che nel bene e nel male i cinesi oggi sono un elemento di dinamismo a Prato. E di questi tempi, in una situazione ferma come è quella dell'Italia, se non di recessione, il dinamismo è sempre qualcosa di interessante, anche a livello sociale e non solo economico... Questo dinamismo ricorda un po' gli anni 50 e 60 (a Prato) dove c'erano problemi di sicurezza, dove non si pagavano le tasse, eppure c'era crescita ed era diffusa. Il dinamismo deve contagiare anche la società pratese... ovviamente restando nell'ambito della legalità”.

Più avanti lo stesso interlocutore continua:

“Sul dinamismo parlo soprattutto sotto l'aspetto mentale... Noi (figli di immigrati cinesi) siamo la generazione forse più vicina a quella del dopoguerra (in Italia) e quindi ancora nella fase in cui c'è voglia di fare e di mettersi in discussione. Perché un ventenne si mette a gestire un'azienda e a investire tutti i soldi che possiede e la famiglia a sostenerlo? Perché la mentalità è totalmente diversa... Questo comporta sicuramente dinamismo. E c'è anche un elemento di riscatto, perché magari da piccoli hanno percepito che essere stranieri in Italia era negativo. Gli hanno fatto capire questo, e allora no: 'io voglio dimostrare alla società in cui sono cresciuto che valgo' e quindi c'è più caparbietà e motivazione”.

2.5 Verso l'integrazione?

Come anticipato nel paragrafo 2.3, nell'ultima parte delle interviste abbiamo chiesto agli imprenditori che hanno partecipato alla ricerca quali erano le loro aspettative riguardo al futuro, se pensavano di restare a Prato e cosa ritenevano si potesse fare per favorire l'integrazione economica e sociale fra cinesi e italiani, in particolare a Prato.

Circa le aspettative sul futuro e la permanenza a Prato, tutti gli intervistati hanno dichiarato che preferirebbero rimanere a Prato. In proposito, tuttavia, abbiamo riscontrato una differenza fra gli imprenditori di prima generazione e quelli di seconda generazione. Gli imprenditori di prima generazione, alla domanda se intendevano restare a Prato hanno generalmente risposto che al momento non sapevano, e che molto dipendeva da come evolveva la situazione economica e sociale. In sostanza si è confermata quella incertezza già emersa in precedenti ricerche (Marsden e Caserta, 2010, pp. 35-40). Gli imprenditori di seconda generazione (almeno quelli che hanno partecipato alla nostra indagine) sono sembrati più determinati a restare e a contribuire alla ripresa di Prato. Uno di loro ha detto:

“Noi ormai siamo una comunità speciale. Faccio un esempio: ci sono italiani che vivono in Svizzera che non sono né italiani né svizzeri. Sono come noi, una comunità speciale. Noi siamo stranieri per la Cina e stranieri per l'Italia... I nostri figli sono nati qui e noi dobbiamo restare qui”.

Questo fa pensare che, almeno in parte, la prima generazione conservi un'identità di soggiornante, mentre la seconda generazione abbia acquisito un'identità mista di cino-italiani con qualche elemento cosmopolita, dovuto alla frequente trasmigrazione fra il paese di origine e quello di residenza, e in qualche caso anche a studi svolti all'estero o in scuole straniere¹⁸.

Per quanto riguarda l'integrazione fra cinesi e italiani, gli intervistati sottolineano ancora una volta come la non conoscenza della lingua italiana degli immigrati di prima generazione abbia fortemente limitato la possibilità di integrarsi. La maggior parte di essi sostiene anche che per l'integrazione ci vuole tempo. In proposito un intervistato afferma:

“Ci vuole tempo, ci vuole tempo... Noi seconda generazione ancora ci stiamo migliorando. I miei figli saranno più italiani: la loro mentalità sarà italiana, avranno amici italiani...”.

Malgrado la fiducia nell'azione positiva del tempo, i partecipanti alla ricerca sono anche consapevoli che il tempo da solo non può bastare, occorre anche che le istituzioni italiane e la società civile facciano qualcosa per accogliere gli immigrati cinesi da lungo residenti e i loro figli.

“Bisogna cercare di inserire i cinesi in questa società e non cercare solo come sfruttarli, fare qualcosa per farli sentire parte di questa società... Se in Italia siamo sempre perseguitati, non ci sentiremo mai italiani...”.

Dichiara un imprenditore, ed un altro aggiunge:

“Ci vuole anche la rappresentanza a livello politico. Ad esempio, le norme sulla cittadinanza che non riconoscono come italiani i ragazzi nati e cresciuti in Italia...”.

Soprattutto a livello locale, gli intervistati richiedono maggiore considerazione e una maggiore attenzione ai loro problemi.

“Quando c'è il 10% dei residenti di Prato che sono cinesi e quando 1 bambino su 3 che nascono a Prato è figlio di genitori cinesi... non mi puoi dire che i cinesi non sono una risorsa... perché i miei figli non sono una risorsa?...”.

A proposito della maggiore attenzione alle esigenze dei cinesi, viene riportato il seguente esempio:

“A Prato si parla di sicurezza per i cinesi perché in molti vengono scippati in modo violento, prima picchiati e poi se c'è qualche soldo in tasca vengono derubati. L'idea che molti (pratesi) si sono fatti è: 'se lo meritano, molti evadono le tasse, hanno i soldi perché evadono'. Finché c'è questa mentalità il cinese si sente un corpo estraneo... Non si capisce che oggi tocca il cinese, domani la criminalità che attecchisce nella società toccherà tutti?... La comunità cinese ha detto 'ci sentiamo in pericolo', ma non c'è una risposta... a questi problemi...”.

Tuttavia, i partecipanti alla ricerca esprimono anche generale apprezzamento per l'attività che sta svolgendo la Confederazione Nazionale dell'Artigianato di Prato, grazie alla quale fra i suoi iscritti si contano ormai circa 200 imprenditori cinesi.

Sempre sulla situazione locale e il grande problema dell'illegalità, gli imprenditori intervistati concordano nel sostenere che i controlli vanno fatti, ma che debbono riguardare tutte le imprese e non solo quelle cinesi e, inoltre, che le

¹⁸ Nella nostra indagine abbiamo accertato che alcuni figli di imprenditori cinesi studiano in università inglesi o vanno a scuola in istituti americani, perché i loro genitori sono ben consapevoli che la lingua degli affari è l'inglese.

ispezioni debbono essere accompagnate da politiche di integrazione e da un aiuto a chi intende mettersi in regola.

“I controlli da soli non risolvono il problema... anzi, aumentano la conflittualità e la sfiducia”, afferma un imprenditore e tutti sostengono che *“ci vuole il bastone ma anche la carota”*.

Se si usano solo i controlli, come si è fatto negli anni scorsi, si genera la sfiducia dei cinesi nei confronti delle istituzioni italiane, così aumentando la separazione fra le due popolazioni e riducendo le possibilità di dialogo fra le stesse. Inoltre, se si usa solo il bastone, aggiungono i nostri interlocutori, si favoriscono proprio quelli che, cambiando continuamente il nome della ditta, riescono a sfuggire ai controlli e a fare concorrenza sleale ai loro stessi connazionali più onesti.

A proposito dei controlli i nostri intervistati hanno valutato positivamente l'approccio introdotto dal Governo della Regione Toscana dopo la morte di sette operai avvenuta il 1° dicembre 2013 nell'incendio di una fabbrica di abbigliamento cinese¹⁹. La valutazione positiva, riguarda in particolare la concessione alle imprese trovate non a norma di un lasso di tempo per mettersi in regola. In proposito un intervistato dichiara:

“A Prato sono 20 anni che c'è il problema dei laboratori cinesi, ma non c'è mai stata una vera politica per risolvere tale problema... I sette morti hanno dato la sveglia a tutti... Da una parte i controlli, dall'altra parte aiutare le imprese... bisogna lavorare sull'integrazione... non si devono vedere solo i problemi delle imprese cinesi, ma anche gli aspetti positivi... Se si continua solo con la politica del bastone, fra due anni i capannoni di Prato saranno tutti vuoti”.

Nel corso degli ultimi anni l'intensificarsi dei controlli nelle imprese cinesi non accompagnato da interventi per favorire l'integrazione ha portato sia ad un rafforzamento dei legami interni alla comunità cinese, sia ad una crescente sfiducia dei cinesi nei confronti degli italiani e delle relative istituzioni, aumentando così la distanza fra i due gruppi sociali, senza ridurre significativamente le forme di illegalità. Tutto ciò ha effetti negativi su entrambe le popolazioni e sul futuro di Prato in generale.

Difatti, se è indubbio che le relazioni collaborative interne alla comunità di immigrati abbiano favorito il rapido sviluppo del sistema del pronto moda cinese a Prato (Dei Ottati, 2013a), ora che il flusso di nuovi immigrati sembra essersi interrotto, non è più possibile una competitività basata esclusivamente su consegne immediate e bassi prezzi. Per essere competitivi è necessario qualificare i prodotti e le funzioni aziendali, ma per fare questo, come risulta anche dalla nostra indagine, gli imprenditori cinesi hanno bisogno della collaborazione degli italiani, e in particolare dei pratesi che hanno una lunga tradizione nel campo della moda e che sono in possesso delle competenze e delle relazioni necessarie a questo ulteriore salto qualitativo. In proposito uno degli imprenditori intervistati ha affermato:

“Aspetto solo che i miei connazionali, almeno una parte di essi, riescano a capire che adesso è il momento di cambiare tipo di prodotto... Fare solo rapidità significa fare prezzo basso e in questa direzione non c'è via di uscita... Bisogna cambiare!”.

¹⁹ A seguito della morte dei 7 operai cinesi la Regione Toscana sta realizzando il Progetto “Lavoro Sicuro” che, grazie all'assunzione di 74 nuovi ispettori del lavoro, sta svolgendo controlli a tappeto sulle imprese cinesi di Prato, Pistoia, Empoli e Firenze. Questi controlli sono iniziati a settembre 2014 preceduti da una campagna informativa che ha visto il coinvolgimento anche delle diverse associazioni imprenditoriali italiane e cinesi. Dai controlli effettuati tra settembre e novembre 2014 (859) è risultato che molte sono ancora le situazioni irregolari per quanto riguarda la sicurezza, ma circa un'impresa su tre è risultata a norma (*Corriere Toscana*, 2 dicembre 2014. p. 13).

D'altra parte, la mancata integrazione fra pratesi e immigrati è negativa anche per i pratesi, ora che le imprese cinesi nella manifattura rappresentano il 47% del totale della provincia e le esportazioni cinesi, secondo le stime riportate in questo rapporto, sono il 35% di quelle provinciali. Difatti, di fronte ai cambiamenti radicali nel contesto competitivo tessile, il sistema pratese è entrato in crisi e la risposta prevalente è stata quella di disinvestire invece che di rinnovare. Come scrive Alfred Marshall all'inizio del secolo scorso a proposito dei distretti industriali inglesi:

“...un minimo atteggiamento passivo o di inerzia può condurre alla rovina un'area industriale sviluppata quando le condizioni della sua industria cambiano, ... (e prosegue) l'apertura di nuove fonti di approvvigionamento o di nuovi mercati di vendita possono rapidamente erodere i vantaggi che un distretto industriale maturo ha ereditato dalle condizioni del passato” (Marshall, 1919, p. 287, ns. traduzione). *In questi casi, scrive ancora Marshall, per adattare un centro industriale specializzato alle nuove condizioni, sono necessarie “molte energie nuove e vitali a integrazione di quelle di origine locale, permettendo così (al distretto) di continuare a svilupparsi e mantenere il suo primato”* (Marshall, 1919, p. 287).

Attualmente, il sistema pratese ha bisogno di nuova imprenditorialità²⁰ e di nuove relazioni collaborative interne ed esterne, in particolare nei paesi emergenti, per rivitalizzarsi nel contesto del capitalismo globale. Al riguardo, la presenza a Prato di tanti giovani imprenditori con conoscenze e relazioni nelle aree emergenti dell'estremo oriente, può costituire una risorsa straordinaria. Tuttavia, bisogna anche avvertire che, se non si riduce la sfiducia e la distanza fra le due popolazioni, questa risorsa può rapidamente scomparire e lasciare solo una situazione di degrado.

Difatti, mentre a Prato la crisi economica e il conflitto sociale rendono il futuro sempre più incerto e difficile, in Cina il governo centrale e le autorità locali mostrano un grande interesse nei confronti dei cinesi emigrati all'estero, i cosiddetti 'cinesi di oltremare'²¹. Ad essi il governo cinese riserva uno *status* speciale, concede incentivi ai loro investimenti in Cina e semplifica le pratiche burocratiche, mentre soprattutto i governi locali forniscono servizi sociali ai loro familiari e, in particolare, l'istruzione ai loro figli.

Tutte queste facilitazioni, unite alla veloce crescita economica della Cina da una parte e alle difficoltà economiche e sociali a Prato dall'altra, stanno inducendo una parte degli imprenditori cinesi a inviare i propri figli a studiare in Cina. Ad esempio, uno dei nostri intervistati ha due figli, uno dei quali, adolescente, è attualmente a studiare in Cina dove vive con i nonni. Ma se questa tendenza si diffonde, ogni speranza di futura integrazione e rivitalizzazione svanisce, perché senza i giovani che crescono e studiano qui, vengono a mancare proprio quelle *“energie nuove e vitali ad integrazione di quelle di origine locale”* di cui parla Marshall, necessarie per ricostruire un nuovo futuro di sviluppo.

²⁰ A proposito della demografia delle imprese a Prato, in un recente rapporto della locale Camera di Commercio si legge: *“La componente 'straniera' del tessuto produttivo dell'area presenta tassi di sviluppo generalmente positivi, in ripresa e decisamente superiori a quanto è possibile osservare con riferimento alle imprese avviate da cittadini italiani la cui consistenza, a giugno (2014), è risultata praticamente ferma sui livelli di fine dicembre (2013)”* (Caserta e Marsden, 2014, p. 15).

²¹ In Cina esiste una doppia struttura organizzativa, dello stato e del partito, articolata ai vari livelli di governo che si occupa specificamente dei cinesi di oltremare. In proposito, Portes e Zhou (2011, p. 21) scrivono: *“attraverso questi uffici ai vari livelli, lo stato e il partito coltivano assiduamente i rapporti con le comunità cinesi all'estero, ricevendo i leaders delle organizzazioni dei cinesi d'oltremare e concedendo a loro e agli investitori più importanti particolari riconoscimenti, finanziando convegni di imprenditori, sponsorizzando eventi e feste in Cina, in Nord America e negli altri paesi del mondo, attraverso la rete di Consolati cinesi”*.

In conclusione, dalla ricerca emerge che l'imprenditoria cinese a Prato ha iniziato ad evolversi verso una maggiore diversificazione e qualificazione interna, grazie anche all'estensione interetnica e transnazionale delle sue relazioni. Tuttavia, la ricerca mette anche in evidenza che affinché tale processo possa proseguire ed estendersi, deve essere sostenuto da interventi che, da un lato, garantiscano la sicurezza e la legalità per tutti e, dall'altro, favoriscano l'inclusione degli immigrati e in particolare dei loro figli.

2.6 Il *focus group* con imprenditori cinesi di Prato

Per indagare il tema delle nuove forme di imprenditorialità cinese a Prato ci si è avvalsi della tecnica del *focus group*; in questo breve paragrafo verrà approfondito il metodo usato ed evidenziati i motivi della scelta.

Il *focus group* (*fg*) è una tecnica di rilevazione dell'informazione che si basa su una discussione, solo apparentemente informale, tra un gruppo di persone (valutato idoneo a soddisfare gli obiettivi cognitivi preposti) e alla presenza di un moderatore e di un osservatore. La discussione è incentrata su un tema che si vuole approfondire, stabilito dal gruppo di ricerca. I risultati del *fg* sono dei testi prodotti sulla base delle interazioni verbali e non verbali tra chi modera la discussione e il gruppo di partecipanti al *fg*. L'interazione che si instaura fra i membri del gruppo avvicina la discussione ad una comunicazione quotidiana; tuttavia il dibattito di un *fg* ricorda solo apparentemente una discussione naturale, dal momento che l'interazione tra i partecipanti si sviluppa in un luogo individuato dal gruppo di ricerca, si articola su fini cognitivi prestabiliti e tra persone scelte secondo precisi criteri²².

2.6.1 *Chi sono i partecipanti?*

All'interno del *fg* sono presenti: un moderatore, un osservatore e un gruppo di partecipanti. Il moderatore guida, sostiene e rilancia la discussione, basandosi su una traccia realizzata a partire dai fini conoscitivi dell'indagine ed adattata alle persone con cui interagisce in quel momento. L'osservatore rileva informazioni sul tipo di interazione che si instaura tra i partecipanti al fine di integrare e rafforzare l'analisi delle informazioni verbali. Il gruppo può avere una o più delle seguenti funzioni qui elencate:

- *Gruppo di "esperti"* è composto da persone che hanno un'esperienza e una conoscenza diretta del tema. Il fenomeno studiato durante il *fg* fa parte della loro quotidianità, lo hanno vissuto o lo stanno vivendo in prima persona²³.
- *Gruppo come mezzo* viene usato per far emergere la categoria sociale intorno alla quale i singoli partecipanti si identificano; durante il *fg*, i partecipanti sentono di essere presenti all'incontro in quanto membri di un dato gruppo sociale.
- *Gruppo come unità di analisi*, ovvero come rappresentativo del gruppo sociale che nel *fg* è necessario avere, al fine di rispondere alla domanda di ricerca.

²² Acocella (2008, p. 34).

²³ Occorre comunque sottolineare che se si ricorre al *fg* per raccogliere il senso comune e gli stereotipi diffusi su un dato oggetto di studio, la scelta delle persone da invitare ricadrà su individui non "esperti" del fenomeno studiato.

L'appartenere ad uno stesso gruppo per la presenza di una comune categoria sociale nella quale identificarsi oppure perché si è condiviso un'esperienza simile (anche se non contemporaneamente e/o insieme) alimenta la motivazione delle persone a partecipare all'incontro e ad interagire insieme per discutere il tema. Inoltre, se le persone si percepiscono come "simili", i membri del gruppo impiegheranno meno tempo a conoscersi e potranno esprimersi in maniera più spontanea. Durante la discussione di un *fg*, infatti, l'interazione tra persone "esperte" del fenomeno e che presentano una categoria sociale comune – che identifica il loro stato di appartenenza ad un particolare gruppo sociale – può favorire l'emergere di rappresentazioni intersoggettive, immagini diffuse e credenze condivise nel gruppo che i partecipanti all'incontro sono stati chiamati a rappresentare.

2.6.2 *L'interazione tra i partecipanti al focus group*

I contenuti verbali e non verbali dell'interazione sono il risultato della tecnica e fanno parte dei materiali della ricerca; per questo è importante ricordare quali siano i principali vantaggi e svantaggi.

• *Vantaggi*

1. L'interazione può far emergere informazioni variegatae, idee nuove, conoscenze aggiuntive in merito alla questione di indagine, ecc... L'interazione reticolare permette di procedere per associazione di idee, poiché ogni partecipante può collegarsi agli interventi degli altri, per aggiungere o integrare informazioni, chiarire il proprio punto di vista e segnalare punti di forza o di debolezza, ecc...
2. La sinergia di gruppo permette la formulazione di argomentazioni che derivano dal soppesamento di vantaggi e svantaggi delle alternative presenti.
3. Il confronto tra i partecipanti favorisce un resoconto immediato delle somiglianze e delle differenze tra le opinioni.

• *Svantaggi*

1. Un problema cognitivo, in cui si può incorrere, riguarda la polisemia, quando il codice linguistico non è pienamente condiviso.
2. Un altro rischio per un adeguato reperimento delle informazioni è la rapidità dell'interazione durante la discussione, che non sempre garantisce un adeguato approfondimento di tutti i temi.
3. Nelle discussioni l'interazione procede spesso per associazioni di idee e possono quindi manifestarsi cambiamenti repentini di argomento, così come temi appena emersi possono essere abbandonati e altri approfonditi anche se marginali rispetto agli interessi dalla ricerca.
4. La mera presenza di altre persone può esercitare un'azione inibitoria, influenzando il modo in cui si formano i giudizi o si valuta l'adeguatezza di una risposta da dare.

2.6.3 *Il disegno della ricerca – Le imprese cinesi di Prato*

Il *focus group* organizzato per la ricerca è servito per approfondire le caratteristiche dell'organizzazione interna ed esterna delle imprese cinesi di Prato e

controllare alcuni risultati emersi durante la prima fase della ricerca (si veda il paragrafo 2.2). Nello specifico nel corso del *fg* è stata indagata l'evoluzione attuale (cinesi subfornitori e prontisti) delle imprese cinesi di Prato, in termini di: attività, prodotti e relazioni intra-etniche (sia fra cinesi a Prato sia con cinesi d'oltremare non in Cina), con italiani e con altri ancora (a Prato, in Italia, all'estero e in Cina).

Per poter rispondere a interrogativi emersi da una prima fase della ricerca (interviste semi-strutturate), la conduzione del *focus group* da parte del moderatore si è caratterizzata per un alto grado di direttività a partire da una traccia di discussione molto strutturata; tale tipo di conduzione è infatti adottata quando si vogliono controllare alcune ipotesi di ricerca o approfondire aspetti già noti sul fenomeno.

Per approfondire i temi e controllare i risultati, sono stati invitati a partecipare al *fg* giovani imprenditori cinesi di seconda generazione (età compresa fra i 30 e i 35 anni), in quanto testimoni privilegiati e soggetti chiave dei processi di sviluppo presi in esame nella ricerca.

Il gruppo di discussione era omogeneo, poiché si è scelto di coinvolgere imprenditori che operano nello stesso settore ed hanno quindi vissuto un'esperienza condivisibile. È stato scelto di coinvolgere un gruppo piccolo di partecipanti, una decisione dettata dalla finalità con cui si è concordato di condurre la discussione, approfondendo così alcune tematiche specifiche (emerse nella prima fase della ricerca). Un numero limitato di partecipanti consente infatti uno studio più particolareggiato del tema oggetto di indagine, poiché – esaurendosi più velocemente il giro degli interventi – tutti possono intervenire anche più volte su più questioni o diversi aspetti della stessa, avendo quindi più opportunità per esplicitare il proprio punto di vista. Pur non essendosi presentata alcuna delle situazioni di seguito elencate, occorre ricordare che la scelta di avere un gruppo di partecipanti più ristretto può comportare alcuni svantaggi come la poca variabilità di opinioni, una maggiore resistenza a mettersi in gioco o ad assumere posizioni minoritarie.

I partecipanti sono stati 6: 2 imprenditori del pronto moda, 2 importatori, 1 imprenditore tessile e 1 avvocato specializzato in diritto commerciale internazionale.

All'inizio del *fg* è stato presentato un ipotetico scenario sullo sviluppo attuale dell'imprenditoria cinese in modo da introdurre a tutti i partecipanti il tema e focalizzare l'attenzione su una specifica evoluzione del loro lavoro. Riportiamo di seguito lo scenario utilizzato per l'avvio del *fg*.

2.6.4 Scenario

Ad una prima fase in cui gli immigrati cinesi si sono inseriti nel distretto di Prato come subfornitori delle imprese locali di maglieria e di abbigliamento, ne è seguita una seconda molto diversa in cui gli imprenditori con più esperienza hanno fatto il salto funzionale, specializzandosi nel disegno e nella produzione dei campionari, oltre che nella vendita. Da un'integrazione subalterna nell'economia locale si è passati così ad una relativa separatezza rispetto a tale economia. Quest'ultima evoluzione è scaturita dall'intrecciarsi di quattro fattori. In primo luogo, l'inserimento in un settore (l'abbigliamento pronto moda) marginale nell'economia pratese, ma la cui domanda era in crescita a seguito dei cambiamenti sia nei gusti dei consumatori, sia nei rapporti fra produzione e

distribuzione. In secondo luogo, la capacità degli imprenditori cinesi con più anzianità migratoria di diventare imprenditori finali e accedere così direttamente al mercato del pronto moda; questo *upgrading* funzionale è stato possibile, da un lato, grazie alle competenze e alle relazioni acquisite da questi imprenditori lavorando a Prato; dall'altro, grazie ai vantaggi della localizzazione a Prato, distretto tradizionalmente frequentato da acquirenti ed operatori della moda e in cui era facile accedere a competenze fondamentali come quelle stilistiche che i cinesi non possedevano²⁴. In terzo luogo, il formarsi, successivo alla nascita delle imprese finali, di un sistema produttivo cinese costituito da migliaia di imprese familiari integrate fra loro da un fitto intreccio di rapporti economici e sociali, grazie ai quali “informazioni, prodotti finiti e semilavorati, lavoro e denaro si muovono con grande fluidità”²⁵, che consente alle imprese che ne fanno parte di beneficiare di alcuni dei vantaggi di una grande organizzazione produttiva. In quarto luogo, è probabile che questi migranti intrattengano diffuse relazioni con parenti e amici rimasti in Cina o emigrati altrove; tutto questo, insieme alla contemporanea ascesa dell'economia cinese, ha favorito anche a Prato la nascita di imprenditori transnazionali, intensificando ulteriormente il numero e il tipo di relazioni col paese di origine. Tale estensione ha consentito alle imprese che la realizzano – e, in qualche misura, al sistema in cui esse sono inserite – di godere dei vantaggi non trascurabili in un'economia globale, di far parte di un sistema di relazioni transnazionali. Queste tendenze se confermate sembrano indicare che il successo dei cinesi non sia più legato principalmente all'economia informale ma sempre più a conoscenze e relazioni miste e al loro inserimento in più contesti (ad esempio in Italia e Cina).

2.6.5 *Approfondimento su tre temi*

Il moderatore del *fg*, rispondendo allo scopo di indagare l'evoluzione attuale (di cinesi subfornitori e prontisti) delle imprese cinesi di Prato, ha stimolato i partecipanti su tre macrotemi principali. Innanzitutto l'*organizzazione interna all'azienda*, al fine di approfondire se stia cambiando qualcosa rispetto al passato, come si sta strutturando il lavoro nell'azienda dal punto di vista dei dipendenti, del prodotto e dei finanziamenti. Il secondo punto è stato il *rapporto con il territorio*, quindi perché si sceglie Prato come sede della propria impresa, quali sono le relazioni che si sviluppano sul territorio, cosa gli imprenditori “possono dare” e cosa “possono prendere” dal territorio. Il terzo punto, infine, ha riguardato le relazioni dell'imprenditoria cinese di Prato con la Cina o con altri paesi: la *transnazionalità*.

Nello specifico i temi trattati sono stati così articolati:

1 - *Struttura dell'impresa.*

- Quali prodotti permettono la strutturazione di imprese finali e quali settori;
- Caratteristiche dell'imprenditore;
- Struttura interna dell'impresa.
- Relazioni con altre imprese.
- Rapporti con i clienti.

²⁴ Dei Ottati (2013a, pp. 188-189).

²⁵ Dei Ottati (2013a, p. 191).

2 - Rapporti con il territorio.

Quanto contano nella decisione di fondare una impresa a Prato:

- il contesto locale già forte dal punto di vista tessile;
- la presenza di conoscenze strategiche sul territorio;
- la presenza di una comunità cinese.

3 - Transnazionalismo.

- Import ed export di prodotti.
- Risorse umane provenienti dalla Cina o che lavorano in Cina.
- Rapporti di lavoro con imprese in Cina.
- Rapporti con istituzioni cinesi.
- Rapporto con persone in Cina (familiari, amici, ecc.).

3.

L'evoluzione delle reti sociali ed economiche nei cluster di imprese: un confronto tra il cluster dell'abbigliamento di Prato e quello di Wenzhou

3.1 Introduzione

Nel luglio del 2011 uno dei premi letterari più prestigiosi d'Italia, il Premio Strega, è stato assegnato a *Storia della mia gente*, un'opera che descrive l'ascesa e il declino delle piccole e medie imprese di Prato. L'impresa tessile a conduzione familiare di Edoardo Nesi, autore dell'opera premiata, era stata schiacciata dalla concorrenza del mercato globale. Nelle interviste rilasciate, Nesi definisce Prato un "laboratorio" per lo studio del fenomeno della globalizzazione. Le vicissitudini di questo "laboratorio" rispecchiano l'affermazione e il ridimensionamento dell'industria tessile italiana e al contempo testimoniano la crescita delle imprese cinesi, che ha toccato livelli da record mondiale.

Ho visitato personalmente Prato sei volte, la prima nel 1999, e l'ho frequentata con particolare assiduità nel 2014, nel semestre speso come *visiting scholar* presso l'Università di Firenze. Ho avuto modo di entrare in contatto con un gran numero di cinesi che vivono a Prato e che per la maggior parte lavorano in imprese produttrici di abbigliamento e nel relativo indotto. Contando anche le interviste svolte a Wenzhou, ho intrattenuto contatti con oltre sessanta imprenditori cinesi residenti a Prato, rivolgendo interviste particolarmente approfondite a trentacinque di loro e intervistandone personalmente ventotto. La maggior parte degli intervistati è originaria dell'area di Wenzhou, nella provincia del Zhejiang (comprensiva della contea di Qingtian)²⁶, e lavora nel pronto moda. Ho inoltre visitato diverse aziende di imprenditori cinesi e vari mercati di merci cinesi nelle città di Mantova e Padova, oltre che in Francia, Germania, Spagna.

Il presente studio si propone come un'indagine comparativa sull'evoluzione della rete di relazioni del cluster del pronto moda di Prato formata da imprenditori originari di Wenzhou e quella del cluster dell'abbigliamento di Wenzhou, evidenziando come il gruppo degli imprenditori cinesi trasferitisi a Prato, avvalendosi della propria rete di relazioni sociali, abbia rapidamente ampliato la rete delle proprie relazioni di mercato e promosso in modo energico lo sviluppo di nuove reti di relazioni. A Prato questi imprenditori hanno conosciuto uno sviluppo rapidissimo, pur incontrando qualche difficoltà. Il processo di evoluzione della rete del cluster del pronto moda creato dagli imprenditori di Wenzhou immigrati a Prato rappresenta il caso tipico della globalizzazione della rete imprenditoriale cinese.

²⁶ La contea di Qingtian appartiene al distretto di Lishui, ma per storia e cultura è più affine a Wenzhou, pertanto nel presente studio ogni riferimento agli imprenditori originari di Wenzhou implica anche il riferimento a quelli originari di Qingtian.

3.2 I cluster dell'abbigliamento di Prato e di Wenzhou

L'area di Wenzhou è stata l'apripista dello sviluppo dell'economia di mercato cinese e ne è il segnavento. Il suo modello di sviluppo economico vanta diverse peculiarità, tra cui le principali sono l'estensione a livello nazionale e internazionale del raggio d'azione dei gruppi imprenditoriali e l'elevata quantità dei cluster produttivi.

Wenzhou esce dai normali binari della tradizione imprenditoriale. A partire dal lancio della politica di "riforma e apertura", i cittadini di Wenzhou si sono spostati in ogni direzione, creando imprese sia in Cina sia all'estero: gli imprenditori hanno raggiunto ogni punto del globo. Secondo statistiche ancora da perfezionare, gli imprenditori originari di Wenzhou sarebbero ben 2,44 milioni, di cui 1,75 milioni attivi nella Cina continentale, 260.000 a Hong Kong, Macao e Taiwan, 430.000 nel resto del mondo, per un totale corrispondente a un quarto della popolazione residente di Wenzhou. La comunità degli imprenditori²⁷ può suddividersi in tre gruppi: gli imprenditori operanti nella stessa Wenzhou, quelli attivi nel resto della Cina e gli imprenditori all'estero.

Il processo di sviluppo degli imprenditori di Wenzhou di fatto riproduce, su scala ridotta, lo sviluppo economico dell'intera Cina. Gli imprenditori che si sono sparsi per il resto della Cina e all'estero hanno gradualmente costruito una fitta rete imprenditoriale il cui centro nevralgico rimane Wenzhou, che si è arricchita e continuamente si arricchisce di nuovi nodi, coprendo un'area geografica sempre crescente che travalica i confini nazionali. Nonostante la distanza geografica, tutti i nodi della rete mantengono con Wenzhou relazioni e interazioni fittissime. Di fatto, la rete degli imprenditori si articola in 300 associazioni di cinesi all'estero attive in 130 Paesi e un totale di 215 associazioni e camere di commercio di Wenzhouesi (di livello sovra municipale) in Cina, disseminate in 32 tra province, municipalità e regioni autonome. Queste associazioni favoriscono il contatto tra i propri membri e, attraverso le camere di commercio (di livello comunale e provinciale), dialogano con i vari governi locali e con il governo di Wenzhou, creando risorse e avendo accesso alle stesse. Le camere di commercio di livello comunale e provinciale promuovono i legami e la comunicazione tra i propri membri e tra questi ultimi e la patria, integrando saldamente in un'unica rete gli imprenditori originari dell'area, la sua economia e l'economia dei suoi abitanti. Nel corso dell'ormai ultratrentennale processo di sviluppo, gli imprenditori di Wenzhou hanno saputo avvalersi pienamente delle risorse della propria peculiare rete di relazioni sociali ed esercitare il potere del proprio cluster imprenditoriale, ampliando ininterrottamente la rete delle relazioni di mercato e aggiornandola con nuove relazioni, costituendo numerosi cluster produttivi nella stessa Wenzhou e in molte altre città cinesi, oltre che, naturalmente, all'estero. Il cluster dell'abbigliamento di Wenzhou e il cluster dell'abbigliamento pronto moda di Prato costituiscono il modello del cluster di imprese tipico di Wenzhou e di quello degli imprenditori emigrati all'estero. Nell'ambito del processo evolutivo di questi due cluster del settore dell'abbigliamento, la nuova normalizzazione dell'economia cinese e gli imprenditori emigrati all'estero si trovano a dover risolvere sia il problema del raccordo della propria rete sociale con la rete di mercato e la rete dell'innovazione del cluster produttivo, sia il problema delle difficoltà che ora si

²⁷ Poiché gli imprenditori di Wenzhou sono attivi principalmente nel campo degli scambi commerciali, il presente studio non opera distinzione tra i commercianti e gli imprenditori industriali.

pongono ai due cluster e alla loro soluzione, tutti temi che richiedono un'indagine approfondita perché lo sviluppo economico cinese possa avere un futuro.

3.2.1 *Il cluster dell'abbigliamento di Wenzhou*

L'abbigliamento è uno dei settori caratteristici e portanti dell'economia di Wenzhou, al punto di essere ormai il marchio distintivo dell'area. Ultimamente, il cluster dell'abbigliamento ha preso a concentrarsi sulla qualità e sullo sviluppo di marchi piuttosto che sulla quantità.

Secondo le statistiche elaborate dalla Camera di commercio per l'abbigliamento di Wenzhou, già nel 2006 il cluster dell'abbigliamento della città consisteva in un sistema industriale completo: dal tessuto agli accessori, dalla filatura alla tintura, dal design dei modelli alla loro realizzazione, dall'imballaggio del prodotto finito alla sua commercializzazione. Più di 3000 imprese per un valore della produzione annua (vendite) pari a 30,2 miliardi di RMB²⁸ (26,4 miliardi di RMB dalle vendite interne e 470 milioni di USD dalle esportazioni), con un incremento del 13,96% rispetto all'anno precedente; un utile complessivo di 3,72 miliardi di RMB, con una crescita dell'11,05% rispetto all'anno precedente; 16 le aziende d'abbigliamento con un fatturato superiore ai cento milioni di RMB, 44 marchi conformi agli standard qualitativi nazionali cinesi, 49 tra marchi commerciali e prodotti *top brand* di fama provinciale e nazionale. Con una rete di vendita che copre l'intero territorio nazionale e che si estende a livello mondiale; con una quota del mercato nazionale del 16% circa, Wenzhou è ormai una delle maggiori basi produttive d'abbigliamento di tutta la Cina. Al contempo, anche l'esportazione conosce un rapido sviluppo: l'abbigliamento è tra i settori trainanti, con una quota di export del 17,7% sulle esportazioni complessive di Wenzhou.

A partire dal 2007, Wenzhou ha dato vita a sette marchi commerciali di livello nazionale, sei prodotti *top brand* e diciassette prodotti esenti da ispezione in tutti i Paesi; 44 dei suoi prodotti sono stati riconosciuti come *top class* ai sensi dei massimi standard qualitativi nazionali, 10 aziende si sono classificate tra i "cento fiori" del settore dell'abbigliamento nazionale, con 54 *top brand* di livello provinciale, 86 di livello municipale, 80 imprese con prodotti certificati ISO9000 e 12 imprese certificate ISO14001. Wenzhou è emersa come leader nel settore dell'abbigliamento maschile (di stile classico occidentale) e come modello di riferimento nei settori dell'abbigliamento per donna, casual, per bambino e nella maglieria intima.

Nel 2013 il settore dell'abbigliamento di Wenzhou ha raggiunto un valore della produzione complessivo di oltre 40 miliardi di RMB, affermandosi come il terzo settore industriale dopo l'elettrico e il calzaturiero. Nello stesso anno in Cina le imprese dei settori tessile, abbigliamento e accessori con un valore annuo pro-capite delle vendite superiore a 20 milioni di RMB erano 51, di cui il 10% a Wenzhou; il valore complessivo della produzione era di 22,5 miliardi di RMB, l'11,3% dei quali proveniva da Wenzhou. Sia per valore della produzione sia per numero d'impresе, l'abbigliamento è ormai il settore trainante dell'economia di Wenzhou.

²⁸ Il renminbi (RMB o yuan) è la valuta avente corso legale nella Repubblica Popolare Cinese (NdT).

3.2.2 *Il cluster dell'abbigliamento di Prato*²⁹

- *Dal tessile al pronto moda*

Prato, nell'Italia centro-settentrionale, è situata tra la capitale Roma, l'industriosa Milano, la storica Pisa e a soli trenta chilometri da Firenze, che fu la culla del Rinascimento. Nel 1992 la città, che fino ad allora era compresa nella provincia di Firenze, è diventata anch'essa capoluogo di provincia; il suo territorio comprende sette piccoli comuni, per una superficie di quasi 370 km² e una popolazione di 250.000 abitanti, concentrata principalmente nel capoluogo: la sola Prato conta infatti 180.000 abitanti, dei quali circa 30.000 (un sesto) sono immigrati cinesi, provenienti soprattutto da Wenzhou. In termini di densità della popolazione, Prato è la città italiana con il maggior numero di immigrati cinesi.

L'industria tessile pratese ebbe origine nel XII secolo. Nel tardo XIX secolo, la meccanizzazione e il conseguente nascere dell'economia industriale determinò una forte concentrazione di imprese tessili nell'area, che conobbe un rapido sviluppo. Negli anni Cinquanta del XX secolo, a seguito del cambiamento dei mercati di sbocco dopo il secondo conflitto mondiale e del venir meno delle commesse pubbliche e lanifici a ciclo completo "smobilitarono" e presero a comparire ed emergere imprese di dimensioni medio-piccole. Queste imprese, molto numerose, si divisero il lavoro della filiera, dalla selezione delle lane alla carbonizzazione, dalla filatura alla tessitura, dalla tintura al finissaggio, raggiungendo ciascuna un elevato grado di specializzazione e sviluppando rapporti di mutua collaborazione, determinando così la formazione del distretto tessile. Prato divenne il maggior distretto tessile d'Italia, con imprese che fabbricavano tutte la stessa tipologia di prodotti, e negli anni Ottanta del Novecento questo distretto vantava ormai una storia lunga, con prodotti rinomati a livello internazionale. Nel periodo successivo, tuttavia, il declino complessivo dell'economia europea, la globalizzazione economica e altri fattori misero in difficoltà il settore, andando a minare la posizione di Prato quale centro europeo dell'industria tessile. Soprattutto nel nuovo secolo il settore cadde vittima della crisi economica e 3.500 piccole imprese dovettero chiudere i battenti, con la conseguente perdita di ben 15.000 posti di lavoro.

La forza dell'industria tessile pratese in una certa misura era collegata anche al rapido incremento della popolazione della zona nel secondo dopoguerra, incremento dovuto in larga parte all'afflusso di immigrati in cerca di lavoro dal Sud del Paese. La popolazione locale crebbe dalle 77.631 unità del 1951 alle 165.670 del 1991 (Colombi, 2002a). Dagli anni Ottanta del secolo scorso, superata la crisi economica, il settore tessile perse gradualmente il proprio ruolo trainante mentre il cluster dell'industria del pronto moda iniziava la propria espansione.

- *I cinesi di Wenzhou e l'industria del pronto moda a Prato*

Nel processo che a Prato ha visto il cluster del pronto moda emergere fino a diventare un settore importante dell'economia dell'area, gli immigrati stranieri, soprattutto quelli cinesi e ancor più quelli provenienti da Wenzhou, hanno avuto una funzione determinante.

²⁹ Cfr. anche Sun Yan, Zhang Yufang (2010), "Yidali yu Guangdong fangzhi chanye jiqun bu tong niandai fazhan yanhua bijiao", in *Tequ jingji*, gennaio, pp. 138-139.

Le fonti disponibili (Marsden, 2002) rilevano che nel 1990 Prato ospitava 38 immigrati cinesi mentre nel 1991 ne contava 1009 e nel 2006 ben 10.077, e alla fine del 2012 gli immigrati cinesi muniti di regolare permesso di soggiorno residenti nella cittadina erano ben 16.716³⁰. Al 31 dicembre 2002, il 78,63% degli immigrati cinesi residenti a Prato risultava originario della Cina continentale³¹, mentre il 18,52% era composto da immigrati di seconda generazione nati a Prato. Gli immigrati cinesi residenti a Prato costituirono la prima grande comunità di stranieri dell'area, con una spiccata tendenza all'incremento.

Secondo le statistiche diffuse da IRPET (Istituto Regionale di Programmazione Economica della Toscana) elaborate sui dati della Camera di Commercio di Prato, nel 2012 a Prato le imprese di immigrati cinesi sono 4.830, 4.265 delle quali sono ditte individuali; queste aziende operano principalmente nel settore dell'abbigliamento, del commercio, della ristorazione e delle costruzioni. A Prato, le imprese di immigrati cinesi costituiscono il 16,6% su un totale di 29.067 imprese; le imprese manifatturiere fondate da espatriati cinesi ammontano a 3.675, costituendo il 44,9% del totale delle aziende manifatturiere dell'area (8.182). Delle imprese manifatturiere di immigrati cinesi, 264 appartengono al settore tessile e 3.200 producono abbigliamento; le aziende d'abbigliamento e le aziende tessili costituiscono rispettivamente l'87% e il 7,1% del totale delle imprese manifatturiere fondate da cinesi, il 94,1% delle quali appartiene comunque alla filiera tessile-abbigliamento, con prevalenza dell'abbigliamento (Dei Ottati, 2014).

Secondo le statistiche di IRPET, il valore della produzione annua delle imprese cinesi di Prato nel 2010 ammonta a 2.132 milioni di euro, pari al 17,0% del PIL dell'intera provincia di Prato e al 49% delle industrie tessile e dell'abbigliamento locali; il valore aggiunto prodotto dagli imprenditori cinesi ammonta, nello stesso anno, a 669 milioni di euro, pari all'11,7% di quello provinciale; ormai il 10% dell'abbigliamento presente sul mercato europeo, in ogni angolo d'Europa, proviene dalle imprese cinesi di Prato.

La comunità cinese a Prato si localizza in un'area produttiva e in una zona residenziale. I cinesi concentrano le proprie attività produttive e commerciali nelle zone industriali di Iolo e Tavola, alla periferia di Prato, ma risiedono preferenzialmente nella zona di Via Pistoiese e di Via Fabio Filzi.

Nelle zone industriali di Iolo e Tavola l'attività principale è il commercio all'ingrosso di abbigliamento. Venti anni fa queste zone erano ancora occupate da imprese italiane, mentre oggi pullulano di insegne e cartelloni pubblicitari bilingui in italiano e cinese e il 95% delle imprese di queste zone industriali è ormai a conduzione cinese. Il costo per accedere a queste zone industriali è molto elevato: secondo regole tacite, un normale locale a uso industriale e commerciale costa dai 300.000 ai 700.000 euro. Con ogni evidenza, dunque, le imprese cinesi con sede in queste zone industriali hanno un notevole potere d'acquisto.

Via Pistoiese e Via Fabio Filzi sono di fatto due "vie cinesi", con insegne in cinese, lampade cinesi e così via: percorrendole si ha l'impressione di essere in Cina. Le due vie, non molto larghe in verità, sono costeggiate da ristoranti, oreficerie, mercati, negozi d'abbigliamento, bar, agenzie di viaggio, barbieri e fotografi e da ogni altro tipo d'esercizio in perfetto stile cinese. Qui, in un'area di meno di due

³⁰ Fonte: stime IRPET su dati ISTAT.

³¹ L'analisi sugli immigrati nati nella Cina continentale rivela che l'83,35% di loro proviene dal Zhejiang e il 13,21% dal Fujian; segue Shanghai, con solo lo 0,38%. Cfr. "Shenghuo zai gao qiang waide Wenzhouren", pp. 5-6.

chilometri quadrati, la comunità cinese ha aperto decine di ristoranti e negozi di articoli cinesi.

All'inizio l'Amministrazione locale adotta una politica ricettiva nei confronti degli immigrati cinesi provenienti, principalmente, da Wenzhou e dal Fujian; così nel giro di pochi anni la loro presenza nell'area si fa molto densa. Gli immigrati stranieri all'inizio vengono impiegati come subfornitori e lavoratori a domicilio delle imprese di maglieria e di abbigliamento locali, poi, con l'inizio del nuovo secolo, a causa dell'indebolirsi del mercato di fascia medio-alta e dell'irreversibile rialzo dei costi di produzione, alcune imprese vengono a trovarsi in difficoltà e un numero sempre crescente di immigrati, in particolare cinesi e soprattutto provenienti dall'area di Wenzhou, inizia ad acquistarle o fondare imprese ex novo, spesso aprendo laboratori di cucitura che si sviluppano poi fino a diventare vere e proprie imprese. Gli immigrati raggiungono in breve tempo una posizione predominante nel settore abbigliamento con la formazione di quasi 800 aziende finali di pronto moda (specializzate nel disegno, taglio e commercializzazione degli abiti) e circa 2.400 tra laboratori di cucitura³², imprese di lavaggio, tintura, stampa, stiratura e accessori, imprese produttrici e per la lavorazione e finitura, con il successivo sviluppo dei settori della produzione e del commercio e una continua espansione fino ai settori della produzione e del commercio delle materie prime per accessori e tessuti. Gli imprenditori di Wenzhou danno continuità al modello della piccola e media impresa pratese, impiegando forza lavoro proveniente da Wenzhou e dintorni, con chiari vantaggi in termini di costi, sfruttando l'alto valore aggiunto del marchio "made in Italy", fabbricando prodotti economici ben accolti dal mercato europeo.

A Prato, i cinesi provenienti da Wenzhou arrivati singolarmente o affluiti in massa, iniziano lavorando per le aziende italiane per poi giungere a creare le proprie imprese finali di pronto moda, a costituire società di import export, espandendosi fino a coprire tutti gli anelli della filiera dell'abbigliamento, promuovendo lo sviluppo del cluster del pronto moda di Prato e dando vita, nella stessa area, a imprese di servizi operanti nella ristorazione, nelle telecomunicazioni, nell'intrattenimento, nell'intermediazione, eccetera, costruendo così un "avamposto" di Wenzhou in Europa, secondo il modello di sviluppo per cluster proprio degli imprenditori di Wenzhou all'estero. Procedendo a comparare l'evoluzione della rete del cluster del pronto moda di Prato e l'evoluzione della rete di cluster dell'abbigliamento di Wenzhou si nota l'analogia dei percorsi e delle strutture di tale evoluzione. Si procederà ora ad analizzare, tramite la comparazione dell'evoluzione dei due cluster, le reti delle relazioni sociali, le reti di mercato e le reti per l'innovazione che li caratterizzano, esaminandone le funzioni e le interrelazioni nell'ambito del processo evolutivo dei cluster.

³² Nel 2012 Prato conta 3.675 imprese manifatturiere di immigrati cinesi, per la maggior parte (3.200 unità) operanti nel settore dell'abbigliamento. Al momento della redazione del presente studio, ogni impresa finale di pronto moda si avvale dei servizi di 2-3 aziende di cucitura, per una media di 2,78. Parte dei laboratori di cucitura è al servizio di un'unica impresa finale di abbigliamento, mentre altri lavorano per diversi committenti. Secondo la proporzione numerica individuata, alle 3.200 aziende d'abbigliamento corrisponderebbero 846 aziende finali e 2.354 laboratori di cucitura.

3.3 L'evoluzione dei cluster dell'abbigliamento di Prato e di Wenzhou

3.3.1 Il funzionamento del cluster del pronto moda di Prato

L'espressione "pronto moda" indica in generale l'integrazione nelle attività di design delle informazioni raccolte dall'annuncio delle nuove collezioni o di nuovi modelli da parte delle grandi firme e da altre fonti, per poi procedere di conseguenza alla produzione e alla commercializzazione in un tempo minimo di dodici giorni, con prezzi pari a 1/10 di quelli delle grandi firme internazionali. I modelli di pronto moda vengono prodotti in quantità contenute, con l'effetto non solo di ridurre la circolazione del singolo modello, ma anche di aumentare il desiderio d'acquisto del pubblico proprio grazie alla scarsa disponibilità del capo. Al contempo, i modelli prodotti ogni anno dal pronto moda sono pari a tre o quattro volte quelli degli altri produttori e i modelli in vendita cambiano di settimana in settimana senza disponibilità di scorte. Si parla di "pronto moda" perché i prodotti proposti seguono il trend della stagione, l'approvvigionamento dei punti vendita è estremamente rapido e le vetrine vengono rinnovate con l'esposizione di nuovi modelli due volte la settimana. Così, per esempio, funzionano Zara, H&M, Uniqlo e i marchi cinesi Me&City, Mix-box e 37°Love. L'estrema velocità e l'altissima frequenza della proposta di nuovi modelli consentono al pubblico di essere sempre al passo con la moda e i trend del momento, inducendo le "vittime della moda" a comprare in massa.

In Italia, l'abbigliamento di fascia medio-bassa è prodotto quasi interamente a Prato, per un 30% della produzione nazionale totale. I capi prodotti a Prato sono economici e sempre al passo con la moda, sono destinati principalmente ai negozi italiani ed europei di dimensioni medio-piccole e alla grande distribuzione. Inoltre, la capacità produttiva di Prato, in termini di rapidità e quantità, è ormai ben nota in Europa. Quando il cliente chiede un modello all'ultima moda, anche recentissimo, i cinesi di Prato sono in grado di replicarlo (quando ciò non comporti la contraffazione). Il cliente ordina dal campionario e il pronto moda cinese di Prato produce decine di migliaia di capi in una sola notte, praticamente un miracolo nell'industria dell'abbigliamento. Il titolare di una di queste aziende dichiara: *"Gli abiti di Prato sono freschi come i frutti di mare di Wenzhou"*. Prato è dunque diventata il centro di riferimento del pronto moda, non solo per l'Italia ma per tutta l'Europa.

Le imprese finali cinesi di Prato che svolgono prevalentemente attività di commercio all'ingrosso di pronto moda si concentrano nelle zone industriali di Iolo e Tavola. Le aziende di imprenditori cinesi costituiscono il 95% delle imprese della zona di Iolo e circa il 40% della zona di Tavola. In genere effettuano vendita diretta, in locali di loro proprietà o presi in affitto, e si occupano della selezione dei tessuti e del loro disegno e della campionatura, attraendo clienti e raccogliendo ordini. Queste aziende non svolgono operazioni di cucitura che affidano ai numerosi laboratori indipendenti. Terminato il lavoro di cucitura nei laboratori specializzati, si procede alla tintura e alla stampa oppure, secondo i casi, all'applicazione di ornamenti quali paillettes e perline, tutte lavorazioni affidate a ditte esterne, sempre di Prato e per la maggior parte fondate da imprenditori originari di Wenzhou o acquistate da questi ultimi dai precedenti proprietari italiani. Poiché tutto avviene a Prato, in aziende che distano al massimo una mezz'ora l'una dall'altra, i tempi di produzione sono molto rapidi, grazie alla possibilità di lavorare e terminare il prodotto nello stesso luogo. I tessuti tagliati,

dopo le lavorazioni esterne tornano presso l'azienda committente, ormai già trasformati in singoli capi, e l'azienda d'abbigliamento finale procede ai controlli di qualità per l'accettazione della merce, all'applicazione di cartellini ed etichette, alla stiratura, all'imballaggio, per poi affidare la spedizione dei prodotti finiti in Italia, in Europa e in tutto il mondo a imprese di trasporto e logistica anch'esse di proprietà di imprenditori di Wenzhou. Il tempo che intercorre tra l'ordine e la consegna del prodotto finito è brevissimo: questo è il fattore che ha portato Prato ad affermarsi come il centro di riferimento paneuropeo del pronto moda.

3.3.2 *Evoluzione del cluster del pronto moda di Prato*

- *La fase della nascita: 1987-1992*

A Prato nel 1987 giunge per la prima volta un cinese di Wenzhou a tale arrivo segue, poco dopo, la nascita della prima impresa costituita da un imprenditore di Wenzhou. Si tratta di un'azienda specializzata in fili per il cucito a macchina che segna le origini del cluster dell'abbigliamento creato da imprenditori originari di Wenzhou.

Nel 1987 l'Italia varò due sanatorie che costituirono un'importante opportunità per gli immigrati cinesi, e in particolare per quelli che avevano lasciato Wenzhou per venire a Prato: le sanatorie infatti offrirono supporto istituzionale e garanzia di continuità allo sviluppo del cluster degli imprenditori di Wenzhou a Prato. Negli anni Ottanta la politica di riforma e apertura in Cina spinse moltissimi cittadini di Wenzhou a emigrare all'estero, in una sorta di "corsa all'oro". Gran parte di quegli emigranti arrivò e rimase in Europa clandestinamente. Tutti, sia che arrivassero direttamente in Italia, sia che vi giungessero emigrando prima in altri Paesi, miravano a ottenere un regolare permesso di soggiorno italiano, prerequisito necessario per fare impresa nel Bel Paese. Richiedere un permesso di soggiorno in Francia, Germania, Olanda e in altri Paesi era piuttosto complicato, pertanto le sanatorie italiane vennero a rappresentare un'importantissima opportunità per tutti gli emigrati cinesi. Per ragioni storiche, l'Europa ospitava già molti cinesi provenienti da Wenzhou, i quali intrattenevano una fitta rete di contatti tra loro. La notizia delle sanatorie italiane si diffuse rapidamente in tutta Europa proprio grazie alla rete degli espatriati di Wenzhou.

Tra tutte le città italiane, perché gli emigranti da Wenzhou che beneficiarono delle sanatorie scelsero proprio Prato? Principalmente per tre motivi.

In primo luogo con la ripresa della domanda nel corso degli anni Novanta del secolo scorso le imprese di maglieria di Prato avevano difficoltà a trovare subfornitori e lavoratori a domicilio disposti a cucire la maglie (Dei Ottati, 2014). I giovani pratesi non mostravano molta intenzione di dedicarsi al lavoro manuale delle confezioni tessili, nonostante l'abbondante presenza di piccole e medie imprese nel settore; il loro atteggiamento può dirsi analogo a quello dei giovani del Sud della Cina circa trenta anni dopo. La città offriva dunque molte opportunità di lavoro agli immigrati stranieri.

In secondo luogo gli espatriati di Wenzhou che risiedevano nella vicina Firenze (a soli trenta chilometri da Prato) ebbero un ruolo importante nel diffondere le informazioni e fecero da intermediari. Firenze era uno dei centri dove affluivano i nuovi immigrati in Italia, ed era la prima "roccaforte" dell'immigrazione da Wenzhou. Prima del 1990, l'economia degli immigrati a Firenze sperimentò

una crisi. Innanzitutto San Donnino (frazione del comune di Campi Bisenzio, confinante con Prato) contava più di duemila espatriati cinesi (la maggioranza dei quali provenienti da Wenzhou), impiegati soprattutto nel settore della pelletteria (prevalentemente borse): il sovraffollamento della cittadina creò presto dei problemi e gli abitanti del luogo presero a guardar male i cinesi, facendosi l'idea che fossero ignoranti e poco attenti all'igiene e alla pulizia. Naturalmente, i fattori di maggior peso furono comunque quelli di natura economica: la popolazione locale infatti riteneva che gli immigrati cinesi avessero "rubato" loro il lavoro delle borse e le numerose manifestazioni di protesta dei residenti locali spinsero i cinesi ad andarsene. Questi ultimi scelsero allora la vicina Prato come nuova sede delle loro imprese. Moltissimi emigranti provenienti da Wenzhou si stabilirono poi a Prato grazie alle relazioni che intrattenevano con i compaesani già emigrati a Firenze.

In terzo luogo, il settore dell'abbigliamento di Prato si rivelò favorevole al mantenimento delle relazioni sociali costruite a Firenze dagli immigrati originari di Wenzhou. Essi provenivano infatti principalmente da Wencheng e Rui'an, due contee della prefettura di Wenzhou, e molti avevano parenti e amici che già operavano nell'industria dell'abbigliamento in Francia, il che rappresentava un vantaggio dal punto di vista delle competenze. Inoltre, i primi emigrati che da Wenzhou si erano trasferiti a Firenze ormai da tempo, parlavano l'italiano e avevano acquisito un certo benessere economico. Il modello di collaborazione adottato dagli espatriati di Wenzhou fu il seguente: quelli che già vivevano in Francia andarono a Firenze per accogliere i propri parenti (anche alla lontana) e amici (o conoscenti) neo-immigrati e con loro si trasferirono poi a Prato, dove aprirono dei laboratori di cucitura. Coloro che avevano già vissuto a Firenze usarono la propria conoscenza della lingua italiana per andare a offrire i propri servizi alle aziende d'abbigliamento e di maglieria di Prato, mentre quelli che erano venuti dalla Francia misero a disposizione le proprie competenze tecniche: si avviarono così le prime attività. Questo processo non fu isolato né unico. Quelli che già avevano vissuto a Firenze o in altre città italiane, lavorando nel settore della pelletteria e delle calzature, imparavano come svolgere un'attività del settore dell'abbigliamento, mentre quelli che li avevano raggiunti dalla Francia o da altri Paesi d'Europa imparavano l'italiano. In questo modo, fecero esperienza della filiera dell'abbigliamento e delle attività a monte e a valle della stessa. Per quanto concerne i prodotti e il mercato, ne acquisirono una buona conoscenza e comprensione, così come della divisione del lavoro lungo l'intera filiera produttiva, mettendo così le basi su cui avrebbero in seguito sviluppato le proprie attività nel settore dell'abbigliamento e in quelli ad esso collegati, dal lavaggio alla stampa dei tessuti, dalla tintura agli altri servizi e lavorazioni.

Infine, bisogna riconoscere che l'amministrazione comunale di Prato di quegli anni adottò una politica ricettiva nei confronti degli immigrati stranieri. La situazione, dunque, favorì l'insediamento dei primi emigranti da Wenzhou a Prato.

Parallelamente ai laboratori di cucitura, gli immigrati cinesi cominciarono anche a creare strutture per la fornitura di servizi. Nel 1992 gli immigrati istituirono "*San sheng chaoshi*", il primo mercato di prodotti cinesi: alimentari al piano terra e articoli d'uso quotidiano al primo, per le necessità di ogni giorno; nello stesso anno comparvero i primi *take away* cinesi che risolvevano il problema degli immigrati che, lavorando molte ore, non avevano tempo di prepararsi dei pasti alla cinese, e comparvero inoltre vari altri servizi per soddisfare ogni necessità e risolvere le possibili difficoltà degli immigrati, che continuavano ad

affluire. Così iniziò la costruzione del cluster degli immigrati di Wenzhou e si avviò lo sviluppo della loro rete di mercato e per l'innovazione, tutto sulla base della loro rete di relazioni sociali.

- *La fase dello sviluppo: 1993-1998*

Dai primi anni novanta fino al 1998, quando nacque la prima impresa finale di pronto moda cinese, il continuo nascere di imprese di servizi e lavorazioni accessorie fu accompagnato, a Prato, dalla creazione di diverse associazioni di commercio. Fu un periodo di rapido sviluppo per le aziende degli imprenditori originari di Wenzhou.

Con l'aumento del numero degli immigrati da Wenzhou si affermarono e svilupparono tre forme tipiche di aggregazione: per parentela acquisita, per consanguineità e per luogo d'origine. Una volta delineatisi i legami tra le varie reti di relazioni sociali, tra gli immigrati di Wenzhou crebbe notevolmente la velocità della circolazione delle competenze tecnico-produttive. All'arrivo in Europa, in Italia e poi a Prato, degli immigrati, i quali molto spesso avevano parenti e amici ancora in patria, la rete delle relazioni sociali iniziava a svolgere la propria funzione. Quando la rete di relazioni sociali è abbastanza fitta, dà vita a meccanismi in grado di risolvere quasi ogni problema. Una volta insediatisi, gli immigrati cominciarono a chiamare i parenti rimasti in patria perché venissero ad aiutarli. Quelli rimasti in patria vennero a sapere che a Prato si guadagnava bene e si affrettarono a emigrare in cerca di un buon lavoro³³.

Grazie alle sanatorie, in questo periodo Prato vide affluire una gran quantità di forza lavoro. Gli immigrati da Wenzhou spesso, dopo aver lavorato per un certo periodo in un'impresa di un compaesano, la lasciavano per aprire un proprio laboratorio d'abbigliamento e necessitando di nuova forza lavoro chiamavano a Prato parenti e amici dalla Cina o da altri Paesi e luoghi d'Europa. E così le nuove aziende create dagli immigrati di Wenzhou continuarono a moltiplicarsi ed espandersi, con conseguente afflusso di manodopera.

Questo modello imprenditoriale si diffuse, accumulando poco a poco forza lavoro, competenze tecniche e conquistandosi l'accesso al mercato. La filiera produttiva si ampliò e si diversificò con la comparsa, grazie al moltiplicarsi dei laboratori di cucitura, di imprese specializzate nel commercio di filati, bottoni e accessori vari, e di aziende specializzate in varie lavorazioni. Gli immigrati da Wenzhou erano presenti a Prato in numero sufficiente e formavano gruppi abbastanza grandi da richiamare qui le persone dotate delle capacità e del talento di cui necessitavano, da altre parti d'Italia, da altri Paesi d'Europa e perfino, tramite la rete di relazioni sociali, dalla madrepatria, sia mediante immigrazione regolare, sia con l'immigrazione clandestina. Gli espatriati radunarono così a Prato tutti gli specialisti e gli operatori di cui necessitavano, sia per la vita quotidiana (cuochi, barbieri, fotografi e vari altri operatori specializzati), sia per le varie attività del settore dell'abbigliamento (elettricisti, manutentori, muratori, sarti e così via), fino a costituire filiere produttive proprie, sostanzialmente complete.

Nel 1995 aprirono a Prato i primi negozi di telefonia mobile e le prime agenzie di viaggio. L'avvento dei cellulari accelerò notevolmente il flusso di informazioni

³³ "Sono stato il primo della famiglia a venire in Europa, poi quattro dei miei cinque fratelli mi hanno raggiunto", racconta un imprenditore cinese, "Contando anche mogli e figli, ormai siamo tra i 20 e i 30, se poi aggiungiamo i cugini, le persone che ho fatto venire in Europa, direttamente o indirettamente, sono quasi 100. Quando si comincia a fare impresa bisogna farsi aiutare dalla famiglia nel lavoro, questo è molto importante".

all'interno della rete degli immigrati originari di Wenzhou, mentre le agenzie di viaggio agevolavano significativamente i viaggi da e per la Cina. Le interviste eseguite per il presente studio hanno rilevato un caso risalente all'incirca al 1993, quando comparve un piccolo laboratorio sullo stile delle sartorie cinesi. Il titolare, originario di Rui'an, aveva aperto un laboratorio in cui si eseguiva anche il taglio manuale degli abiti, dove lavorava con la famiglia, per un totale di quattro persone. Lavorava per il mercato di fascia bassa, vendendo soprattutto ad ambulanti e piccoli commercianti la cui clientela era costituita dagli immigrati e dagli italiani meno abbienti, producendo indumenti di scarsa qualità. Ebbene, questo piccolo laboratorio può considerarsi il capostipite di molte delle imprese di pronto moda di Prato.

Nel rapido sviluppo dell'industria dell'abbigliamento, molti immigrati provenienti da Wenzhou instaurarono rapporti di vario genere con la popolazione locale e persino con la pubblica amministrazione, per esempio per le formalità relative alla residenza, la costituzione di imprese, la compravendita d'immobili, le questioni fiscali. Vi furono problemi e controversie anche all'interno della comunità degli immigrati, dai problemi familiari alle questioni di lavoro, che evidenziarono la necessità di creare un'istituzione apposita per gli immigrati cinesi, che li rappresentasse senza eccezioni e regolasse le loro relazioni. Nel febbraio del 1997 fu pertanto istituita la Camera di commercio cinese di Prato e quasi contemporaneamente fu istituita l'Associazione dell'amicizia dei cinesi di Prato, oltre all'Associazione buddhista di Prato, seguite man mano da un fermento di varie altre organizzazioni di immigrati cinesi. Nel 1998 un'impresa di pronto moda di un imprenditore cinese fu la prima ad assumere uno stilista italiano, inaugurando la fase di apertura ai professionisti italiani.

- *La maturità: 1999-2009*

Tra il 1999 e il 2009 si formarono delle imprese specializzate nel commercio e import-export di tessuti e abbigliamento, il settore del pronto moda raggiunse la fase della maturità e le aziende degli imprenditori originari di Wenzhou si affermarono come leader in termini di vendite. Al contempo, però, emergevano conflitti tra gli immigrati cinesi e gli imprenditori italiani di Prato.

In questa fase, il cluster si arricchì delle imprese di stampa e tintura che gli immigrati cinesi avevano rilevato dagli originari proprietari italiani e comparvero anche società per il commercio internazionale all'ingrosso che iniziarono a importare e a immettere sul mercato di Prato articoli di abbigliamento e tessili prodotti in Cina. Intanto si moltiplicavano le aziende finali di pronto moda degli imprenditori di Wenzhou: dopo aver occupato la zona di Iolo, per ragioni di spazio le imprese cinesi si localizzarono anche nella zona di Tavola; le due zone industriali di Prato erano di fatto ormai dominate dagli imprenditori venuti da Wenzhou. Il mercato del pronto moda pratese si era ampliato fino a coprire varie località d'Europa, fino a raggiungere Israele, il Medio Oriente, l'Asia e l'America. Il cluster del pronto moda dei cinesi di Prato era ormai giunto alla maturità.

Questo, in breve, è il modello di mutua collaborazione alla base del cluster del pronto moda di Prato, che fa delle imprese finali di pronto moda l'anello d'inizio per la costruzione di una filiera completa. In generale, i pronto moda predisponavano il tessuto per la produzione in serie di modelli già definiti, affidandolo poi a diverse aziende per le varie lavorazioni e la finitura, in base ai diversi quantitativi d'ordine. Ad un certo stadio del processo di sviluppo, alcuni imprenditori

originari di Wenzhou unirono le forze per realizzare l'ingente investimento necessario per acquistare i macchinari necessari per avviare imprese di lavaggio, di stampa e di tintura dei tessuti e per la creazione di imprese a più elevata intensità tecnologica. Alcuni di loro inoltre entrarono nel commercio delle materie prime necessarie alle imprese di pronto moda dei loro connazionali. In questa fase, gli imprenditori originari di Wenzhou conobbero a Prato uno sviluppo estremamente rapido che raggiunse il culmine della maturità.

- *Il periodo dei conflitti e della crisi: dal 2009 a oggi*

A partire dal 2009 s'intensificano i conflitti tra gli imprenditori immigrati dalla Cina ed i residenti italiani di Prato e la concorrenza tra le stesse imprese cinesi si fa più aspra. L'influenza della crisi finanziaria mondiale e del debito sovrano in Europa determina la contrazione della domanda anche del pronto moda di Prato; così il relativo cluster entra in crisi.

I conflitti sociali tra gli immigrati cinesi e i residenti locali vanno progressivamente accentuandosi. Nel 2009 le elezioni amministrative comunali vengono vinte da una coalizione di destra, che pone fine al lungo predominio (63 anni) della sinistra sulla città di Prato. Il nuovo governo cittadino agisce con l'intento di bonificare il territorio dalle imprese irregolari e l'impatto è forte. Il governo invia più di 50 militari a supporto delle forze di polizia per mantenere l'ordine. Nel giugno del 2011 a Prato, Firenze e Pistoia la polizia conduce un'azione su larga scala: secondo i verbali delle forze dell'ordine, l'azione porta al sequestro di 70 imprese e beni per un valore di 25 milioni di euro³⁴. La polizia, sulla base delle indagini svolte, durate oltre un anno, dichiara che le imprese coinvolte utilizzano manodopera in nero, a basso costo e commercializzano merci contraffatte traendone profitti elevati per poi inviarli illegalmente in Cina. Dopo queste azioni da parte delle forze dell'ordine italiane, i rapporti tra gli imprenditori e commercianti cinesi ed il governo locale si fanno ancora più tesi.

L'evento più rilevante di questo periodo resta l'incendio divampato a Prato il primo dicembre 2013, noto come "*12.1 huozhai*" ("rogo 12.1"), in cui sette immigrati cinesi perdono la vita e tre rimangono feriti. La tragedia focalizza l'attenzione della società italiana e occidentale in generale, scatenando critiche e accese polemiche contro l'ambiente di lavoro delle aziende degli imprenditori di origine cinese e lo stile di vita degli immigrati cinesi in generale. Le ispezioni su larga scala successivamente intraprese, a seguito di un lungo lavoro di preparazione, presso le imprese di immigrati cinesi a Prato, Firenze ed Empoli sono conseguenza diretta dell'incendio del dicembre 2013. Ovviamente, le imprese cinesi reagiscono adottando delle contromisure. Nel giugno del 2014, in occasione di alcune ispezioni presso le imprese alla periferia di Prato, si scopre un laboratorio di abbigliamento gestito da un quarantannenno cinese munito di regolare permesso di soggiorno, ma l'impresa non è mai stata registrata. Nella storia delle ispezioni compiute dalle forze dell'ordine nelle aziende degli immigrati cinesi a Prato, questo appare come il primo caso di impresa priva di regolare licenza d'esercizio (alcuni imprenditori cinesi ragionano probabilmente sul breve anziché sul lungo termine). In ogni caso, il protrarsi delle tensioni è destinato ad avere un impatto notevole sull'industria pratese del pronto moda.

³⁴ I dati sono stati resi noti in Prefettura dalla Regione il 8/10/2014 come dall'informazione al seguente indirizzo web <http://www.toscana-notizie.it/-/lavoro-sicuro-su-68-controlli-a-prato-60-informative-di-reato-e-60-prescrizioni>

Negli anni più recenti, con il protrarsi della crisi economica in Europa, il mercato del pronto moda di Prato subisce una riduzione, e questo, tenuto conto del gran numero delle imprese inasprisce la concorrenza tra gli stessi imprenditori di origine cinese, riducendone i profitti. Secondo la relazione della Camera di Commercio italiana di Prato, nel 2006 la città avrebbe conosciuto un aumento del 22,2% del numero delle aziende di imprenditori stranieri, con un 10,8% di nuove imprese di proprietà cinese e la tendenza all'aumento sarebbe continuata. Tale situazione crea difficoltà al cluster dell'abbigliamento di Prato: i clienti si guardano intorno alla ricerca dei prezzi più bassi e così s'inasprisce la concorrenza tra le imprese gestite da cinesi. La sfavorevole situazione economica dell'Europa causa una drastica riduzione in generale dei volumi dell'esportazione rispetto al passato e il calo delle vendite dei grossisti determina, come conseguenza diretta, la riduzione della capacità produttiva: i produttori, per sopravvivere, devono effettuare tagli al personale in modo da poter abbassare i costi, innescando un circolo vizioso che compromette lo sviluppo dell'intero cluster.

Prato è il polo principale dell'abbigliamento e del tessile europei. Negli ultimi anni, il commercio di abbigliamento all'ingrosso è stato di fatto dominato dagli italiani, ma il settore resta comunque abbastanza redditizio, con un profitto di qualche euro per capo nel processo che va dalla produzione alla vendita ai grossisti. Attualmente gli italiani sono stati quasi completamente estromessi dal settore, a opera degli immigrati cinesi, che a Prato dominano il mercato all'ingrosso, tuttavia la redditività per capo, per i grossisti di origine cinese, si riduce fino a poche frazioni di euro a capo, con costi di lavorazione ridotti all'osso.

Perché quando le imprese finali che commercializzavano i prodotti di maglieria e abbigliamento erano degli italiani la redditività era alta, mentre, quando sono passate ai cinesi, i profitti si sono ridotti drasticamente? Questa situazione è dovuta anche alla concorrenza senza regole tra le imprese cinesi. Gli immigrati cinesi si distinguono per la flessibilità e la rapidità delle consegne, perciò hanno conquistato la quota del mercato della maglieria e dell'abbigliamento prima detenuta dagli italiani, tuttavia la ferocia della concorrenza tra le imprese cinesi distorce questa flessibilità fino ad innescare una crisi. Chen Hongsheng, segretario dell'Associazione dell'amicizia dei cinesi di Prato, in un'intervista³⁵ ha spiegato che il 2011 non è stato un anno positivo e diverse imprese di immigrati cinesi hanno dovuto chiudere i battenti; negli ultimi due, tre anni molti sono tornati in patria e ancor più vi faranno ritorno, alcuni senza aver tratto alcun beneficio dal soggiorno italiano e versando in situazione di difficoltà economica, convinti ormai di non aver nulla da guadagnare a restare; vi sono inoltre imprenditori che decidono di tornare in patria perché colpiti da multe di centinaia di migliaia o milioni di euro, alcuni addirittura da denunce per contrabbando e corruzione. Secondo Chen Hongsheng, l'impatto della crisi economica su Prato è devastante, con il drastico calo del potere d'acquisto in tutto il mercato europeo e la drammatica riduzione degli ordini. Un imprenditore di origine cinese, in un'intervista dichiara che il 2011 è stato un anno decisamente triste, in cui ha visto il volume delle proprie vendite calare del 30-40% rispetto al 2010.

In questo periodo le imprese gestite da cinesi aumentano ancora a Prato, ma il mercato del pronto moda inizia a mostrare segni di atrofia, inoltre vi sono continue tensioni con i residenti locali, la concorrenza si fa feroce ed i profitti calano.

³⁵ Cfr. "Huaren gantan Prato zai zouxia polu", in *Xinhua wang*, www.xinhuanet.com, 15/12/2011, 14:51.

Gli imprenditori di Wenzhou a Prato si trovano ad affrontare un difficile periodo di transizione.

3.4 I motivi dell'evoluzione delle reti dei cluster dell'abbigliamento di Prato e di Wenzhou

L'evidenza empirica ha mostrato che l'evoluzione dei cluster ha un suo ciclo di vita, dalla nascita al declino. Tichy (1982), nella sua indagine diacronica sul processo evolutivo dei cluster, divide il ciclo di vita nelle fasi di nascita, crescita, maturità e declino. Analizzando il caso di Prato, si è pertanto ritenuto di poter individuare, per il cluster del pronto moda, le fasi della nascita (1987-1992), della crescita (1993-1998), della maturità (1999-2008) e quella del conflitto e della crisi (dal 2009 a oggi). Di fatto, il processo di sviluppo del cluster coincide con il processo evolutivo della rete del cluster stesso. La principale espressione di tale sviluppo è l'ininterrotto processo di aggiustamento della struttura della rete stessa: le reti delle relazioni sociali, delle relazioni di mercato e dell'innovazione che si formano all'interno del cluster sono caratterizzate da una continua ricerca di razionalizzazione.

L'evoluzione del cluster del pronto moda di Prato, che in poco più di vent'anni di sviluppo si è affermato come centro europeo del settore, può spiegarsi in vari modi. La professoressa Dei Ottati (2014) adotta la teoria dei distretti industriali, dando una spiegazione efficace dell'emergere e dello svilupparsi di questo cluster. Per meglio comprendere l'unicità del fenomeno di Prato, si procederà ora alla disamina dell'evoluzione della rete del cluster e soprattutto delle reti delle relazioni sociali, di mercato e dell'innovazione del cluster, procedendo anche alla comparazione con il caso di Wenzhou, nell'intento di spiegare lo sviluppo del cluster del pronto moda di Prato.

Una rete di cluster è costituita da vari nodi e dai collegamenti che li uniscono l'uno all'altro; questi nodi e i loro collegamenti sono gli elementi costitutivi essenziali della rete. Sostanzialmente le relazioni tra i vari nodi all'interno del cluster possono essere di tre tipi: relazioni sociali basate sulla fiducia, relazioni di mercato basate su accordi e contratti, relazioni basate su alleanze³⁶. Per quanto concerne la natura delle relazioni tra i suoi nodi, la rete complessiva che costituisce il cluster può essere suddivisa in una rete di relazioni sociali, una rete di relazioni di mercato e una rete di relazioni per l'innovazione. Tutti i cluster contemplano nodi consistenti nei soggetti sociali (persone), che stabiliscono e intrattengono reciproche relazioni basate su legami di consanguineità, parentela e comunanza dell'origine geografica; i collegamenti tra questi nodi formano la rete delle relazioni sociali del cluster, la quale a sua volta si basa essenzialmente sui rapporti fondamentali intercorrenti tra gli individui che formano il cluster. Quanto alle relazioni di mercato del cluster, esse consistono nei rapporti di fornitura, subfornitura e scambio tra le numerose imprese specializzate che formano il cluster (l'insieme dei fornitori di materie prime, dei produttori, dei distributori, degli intermediari e delle altre attività sussidiarie come gestione, logistica, ristorazione, ecc.). In senso verticale, le relazioni tra queste imprese consistono in transazioni di mercato, mentre le relazioni orizzontali sono improntate alla concorrenza sul mercato. Ciascun soggetto di mercato (fornitori,

³⁶ Cfr. Li Zhigang, Tang Shukun, Liang Xiaoyan, Zhao Linjie (2008), *Chanye jiqun wangluo jiegou yu qiye chuangxin jixiao guanxi yanjiu*, *Kexue xue yanjiu*, luglio.

produttori, distributori, intermediari, ecc.) costituisce un nodo della rete e i vari nodi, in virtù dei reciproci legami contrattuali, vanno a formare la rete delle relazioni di mercato del cluster. La rete delle relazioni di mercato mantiene le relazioni commerciali tra i soggetti in virtù dei contratti fra le parti. Infine, gli uffici di ricerca e sviluppo delle imprese, le università locali, gli enti di ricerca, le pubbliche amministrazioni, dotati di un grande potenziale d'innovazione, hanno la funzione di promuovere progetti di ricerca e sviluppo; attraverso accordi di collaborazione, questi soggetti promuovono lo sviluppo e l'innovazione del cluster. La rete formata dai legami intercorrenti tra questi soggetti costituisce la rete per l'innovazione. Ogni cluster comprende dunque questi tre tipi di rete: tra esse, la rete delle relazioni sociali ha un ruolo essenziale, in quanto determina lo sviluppo della rete delle relazioni di mercato e della rete delle relazioni per l'innovazione; al contempo, queste due ultime reti intrattengono rapporti di reciproca interazione. Un cluster è pertanto la rete composita formata dall'insieme e dall'intreccio della rete delle relazioni sociali, della rete delle relazioni di mercato e della rete delle relazioni per l'innovazione. Il reciproco coordinamento e lo sviluppo di questi tre tipi di relazione determina la velocità di sviluppo del cluster, la sua qualità e la sua sostenibilità.

Si procede ora all'analisi dei singoli percorsi di sviluppo e delle relazioni funzionali tra le tre reti nelle quattro fasi del ciclo di vita del cluster del pronto moda di Prato.

- *La fase della nascita: 1987-1992*

Nella fase della nascita del cluster del pronto moda di Prato, gli immigrati provenienti da Wenzhou sfruttarono la complessa ed estesissima rete delle proprie relazioni sociali, riuscendo ad attrarre nella cittadina toscana un flusso continuo di loro concittadini, tanto da rendere la comunità degli immigrati di Wenzhou la comunità straniera più numerosa di Prato; essi procedettero poi a instaurare le prime relazioni di collaborazione, collegandosi in tal modo alla rete delle relazioni sociali dei residenti italiani. Al contempo, gli immigrati da Wenzhou avviaron anche la costruzione di una rete di relazioni di mercato nel settore del pronto moda, avvalendosi della rete di relazioni sociali degli immigrati loro conterranei residenti in altre parti d'Italia e nel resto d'Europa. In questa fase, la rete delle relazioni per l'innovazione era ancora allo stadio embrionale. Nella fase della nascita fu essenziale la costituzione, seppur *in nuce*, di una rete di relazioni sociali con collegamenti non solo interni, ma anche esterni alla comunità di Wenzhou; questa rete costituì le fondamenta per la costruzione della rete delle relazioni di mercato e gettò il seme per lo sviluppo della rete delle relazioni per l'innovazione.

Per quanto concerne la rete delle relazioni sociali, come già detto, nel periodo iniziale della nascita del cluster del pronto moda, intorno al 1990, Prato si trovava a fronteggiare il problema di un'offerta di lavoro nella manifattura inferiore alla domanda delle imprese, soprattutto di maglieria e confezioni. Si ricorse pertanto agli immigrati che affluivano da Wenzhou e alla loro rete di relazioni sociali, complessa e vastissima; i wenzhouesi presero allora a giungere a Prato da altre città d'Italia, da altri Paesi d'Europa e addirittura dalla Cina, in un flusso ininterrotto.

All'epoca, la rete italiana ed europea delle relazioni sociali degli immigrati di Wenzhou aveva il suo centro nella città di Firenze. Intorno al 1990, infatti, Firenze era divenuta il centro europeo della pelletteria, sostituendosi a Parigi, il

che indusse oltre duemila immigrati originari di Wenzhou³⁷ a spostarsi dal resto d'Italia a Firenze per intraprendere attività di produzione e commercio nel settore. Molti affluirono anche dal resto d'Europa, poiché gli immigrati di Wenzhou avevano già costruito una propria rete di relazione sociali in tutto il continente.

Le due sanatorie emanate dal governo italiano in quel periodo costituirono per gli immigrati provenienti da Wenzhou un'importante opportunità di ottenere permessi di soggiorno in Europa. Molti espletarono le pratiche necessarie e si trasferirono a Firenze e a Prato; la maggioranza degli immigrati cinesi che si trasferì in queste due città all'epoca proveniva da Wenzhou. Li Runfu, all'epoca console generale della Repubblica Popolare Cinese a Firenze, intervistato dallo *European Times*, così ricorda le sanatorie del quinquennio 1987-1992: ogni giorno il consolato era invaso da un numero pressoché infinito di cittadini cinesi che richiedevano documenti di ogni tipo, "c'era gente dentro e fuori, la folla riempiva anche le vie adiacenti al consolato, che erano intasate". Un immigrato residente a Firenze ricorda in particolare la sanatoria del 1990 (*legge Martelli*): per quanto Firenze e Prato avessero istituito degli appositi sportelli per il disbrigo delle pratiche, "la gente stava in coda tutta la notte in strada per riuscire a prendere il numero". Gli italiani non capivano da dove spuntassero all'improvviso tutti quei cinesi, in poco più di un paio d'ore se ne erano raccolti quattromila, forse cinquemila; per radunare tanti italiani ci sarebbero voluti sei mesi!

In realtà, pensando alla gente di Wenzhou, il fenomeno si spiega facilmente. All'epoca Firenze era il fulcro della rete delle relazioni sociali degli immigrati originari di Wenzhou e fu la forza di questi legami, determinati dalla consanguineità e dalla comunanza della provenienza geografica, ad attrarre tanti immigrati intenzionati a chiedere la sanatoria per trasferirsi a Prato e là lavorare e fare impresa. All'epoca, in Italia ed Europa gli immigrati originari di Wenzhou muniti di regolare permesso di soggiorno non erano molti e tantissimi clandestini colsero l'occasione della sanatoria per regolarizzarsi. I clandestini che già si trovavano in Italia, grazie alle relazioni con i connazionali sparsi negli altri Paesi, diffusero l'informazione attraverso la loro rete e così molti accorsero in Italia dal resto d'Europa per beneficiare della sanatoria. Per ottenere il permesso di soggiorno era necessario dimostrare di avere un impiego: a Prato c'era domanda di lavoro e le autorità locali attuarono delle misure per agevolare gli immigrati che si trovavano a Firenze ormai da tempo, ovvero persone che avevano ormai una buona conoscenza della lingua italiana e una certa familiarità con la realtà lavorativa locale e che sarebbero quindi state in grado di fare impresa a Prato. I 1.009 cinesi residenti a Prato nel 1991 nel 1995 erano ormai diventati 1.525³⁸. Queste furono le ragioni della forte affluenza di immigrati originari di Wenzhou nel periodo in esame.

Insediatisi a Prato, gli immigrati cinesi presero ad aprire laboratori di cucitura; quelli che parlavano l'italiano andarono in cerca di committenti che affidassero loro del lavoro, mentre le competenze tecnico-produttive erano fornite da quelli che erano già emigrati e avevano già lavorato in Francia, soprattutto a Parigi e dintorni nel settore dell'abbigliamento.

"Avevamo la possibilità di venire qui, poco importa quanto difficile sarebbe stato il viaggio. Avevamo un unico obiettivo, eravamo disposti a sopportare qualsiasi

³⁷ Fonte: intervista al presidente della Camera di Commercio di Firenze.

³⁸ Dall'ufficio statistica del Comune di Prato.

cosa pur di ottenere dei documenti regolari per poter poi lavorare e guadagnare”, ha dichiarato un beneficiario della sanatoria allo Europe Times.

Nella fase della nascita del cluster, gli immigrati originari di Wenzhou ambivano a stabilirsi e lavorare a Prato e integrarono la loro rete di relazioni sociali con quella dei residenti locali italiani. La rete delle relazioni sociali degli immigrati di Wenzhou può suddividersi in una rete interna, cioè la rete originaria, e una rete esterna, cioè quella formata dai rapporti con la popolazione locale italiana. In questa fase, le reti interna ed esterna si completavano a vicenda. Inizialmente, i committenti e i proprietari di immobili italiani accolsero bene l'arrivo di questi immigrati, che per loro rappresentavano la forza lavoro di cui necessitavano e inquilini abbastanza generosi, instaurando rapporti di collaborazione.

Per quanto concerne la rete delle relazioni di mercato, gli immigrati originari di Wenzhou che avevano ottenuto il permesso di soggiorno iniziarono il proprio cammino imprenditoriale anche grazie alla propria rete di relazioni sociali. Le prime relazioni di mercato nacquero tra i laboratori di cucitura cinesi e le imprese finali committenti italiane. La rete delle relazioni di mercato degli imprenditori cinesi (fornitori o subappaltatori), era abbastanza debole, e li relegava in una posizione subordinata. Il primo laboratorio di cucitura creato da un imprenditore proveniente da Wenzhou costituì un ottimo modello per i suoi conterranei immigrati a Prato, diventando il punto d'inizio della costituenda rete delle relazioni di mercato. Nel 1992 nacque, sempre ad opera di un immigrato di Wenzhou, anche la prima azienda per il commercio all'ingrosso e al dettaglio di filo per cucitura, una specializzazione nata in risposta alla domanda dei laboratori di cucitura cinesi; nello stesso anno a Prato venne aperto il primo mercato cinese, il che rappresenta un caso di ampliamento della rete delle relazioni di mercato generate dalla rete di relazioni sociali degli immigrati di Wenzhou.

In questa fase di genesi e sviluppo delle tre reti del cluster, la rete di maggior rilevanza fu quella delle relazioni sociali, mentre la rete delle relazioni di mercato e quella delle relazioni per l'innovazione erano ancora allo stadio embrionale. Il fondamento di tutte le reti di relazioni sviluppate dagli immigrati provenienti da Wenzhou resta comunque l'insieme delle relazioni di consanguineità, di parentela e di conterraneità.

- *La fase della crescita: 1993-1998*

Nella fase della crescita, la rete delle relazioni sociali degli immigrati da Wenzhou divenne più densa ed estesa; comparvero associazioni di vario genere, dalle associazioni di commercio a quelle di conterranei, a infittire ulteriormente la rete delle relazioni sociali; lo sviluppo della rete delle relazioni di mercato accelerò, comparvero le prime imprese finali di pronto moda cinesi, oltre a negozi di telefonia mobile, agenzie di viaggio e vari servizi; cominciò a svilupparsi anche la rete di relazioni per l'innovazione, e gli imprenditori di Wenzhou passarono dal comprare informazioni dagli italiani all'assumere direttamente stilisti italiani.

Riguardo alla rete delle relazioni sociali, a seguito dell'aumento dell'immigrazione cinese, in particolare proveniente da Wenzhou, presero a manifestarsi alcune divergenze tra cinesi e italiani e vi furono conflitti addirittura all'interno della comunità degli immigrati. I cinesi non potevano regolare questi conflitti individualmente; si evidenziò dunque la necessità di creare un'istituzione formata da immigrati cinesi, che regolasse i rapporti tra i membri della comunità e aiutasse i soggetti a risolvere le divergenze che nascevano. In questa fase, segno

importante dell'approfondirsi della rete delle relazioni sociali degli immigrati originari di Wenzhou fu l'istituzione, nel 1997, della Camera di Commercio cinese di Prato e dell'Associazione dell'amicizia dei cinesi di Prato. Nel febbraio 1997 gli imprenditori e commercianti cinesi istituirono l'Associazione generale di commercio italo cinese di Prato, la prima associazione di commercio formata da immigrati provenienti da Wenzhou, con oltre cento membri. Sul suo sito internet, l'associazione dichiara di avere come obiettivo la promozione dello sviluppo economico e commerciale e dello scambio culturale tra i due Paesi, l'unione e l'amicizia tra italiani e cinesi, la mutua collaborazione, la tutela dei legittimi diritti e interessi degli immigrati cinesi, l'assistenza a questi ultimi perché possano comprendere e rispettare la legislazione locale e la loro integrazione sociale, per promuovere la prosperità economica e culturale degli espatriati nei luoghi di residenza. L'associazione si propone come un'organizzazione su base volontaria, senza scopo di lucro, formata essenzialmente da imprenditori e accoglie tra i suoi membri sia cinesi espatriati in Italia sia imprese e persone italiane, oltre a imprese e singoli individui residenti in Cina. Gli attuali membri dell'associazione sono attivi nei campi dell'abbigliamento, della pelletteria (borse e scarpe), della ristorazione, del commercio, della grande distribuzione, dei servizi di viaggio, nelle costruzioni, nel settore vitivinicolo e nell'import export. Fino ad oggi alla guida dell'associazione si sono succeduti sei presidenti³⁹.

Il lavoro dell'associazione si esplica in due ambiti: il primo riguarda la promozione della collaborazione e integrazione tra le imprese degli immigrati cinesi e le imprese locali per favorire l'integrazione fra la rete sociale interna ed esterna degli immigrati; il secondo ambito è quello dell'assistenza e della tutela dei diritti delle imprese fondate da immigrati cinesi, principalmente per quanto concerne i collegamenti interni alla rete di relazioni sociali della comunità cinese. Di natura analoga sono le altre associazioni di commercio e di conterranei presenti a Prato, che hanno il fine comune di dare una struttura organica e coerente e di far avanzare la rete delle relazioni sociali degli espatriati provenienti da Wenzhou, perché possano, insieme alle loro imprese, far sentire la loro voce e avere un ruolo nello sviluppo di Prato.

Anche il lavoro di queste associazioni si articola nei due ambiti sopra descritti. I presidenti della Camera di Commercio cinese di Prato partecipano alla conferenza annuale del lavoro organizzata dalla pubblica amministrazione locale per discutere dei problemi dell'immigrazione, rappresentando e dando voce agli immigrati cinesi e alle loro richieste, per portare i loro problemi all'attenzione delle autorità di Prato e degli enti competenti in materia. La Camera di commercio Cinese di Prato è attenta a offrire il proprio contributo alle istituzioni locali: per esempio nel 1998 ha sostenuto l'ospedale di Prato, donando fondi per l'acquisto di ambulanze; si adopera inoltre per coordinare i rapporti tra i propri membri e tutelare gli interessi dei soci, e per dirimere le eventuali controversie tra gli stessi, giungendo addirittura a offrire il proprio arbitrato per risolvere questioni interne delle famiglie. Con il proprio lavoro ha reso più profonde le relazioni sociali tra gli espatriati di Wenzhou, favorendone l'ampliamento, in un processo di ininterrotto sviluppo sulla base delle relazioni già esistenti, con il graduale coinvolgimento anche di persone e di imprese italiane.

³⁹ Nell'ordine: Dong Wenyang (primo presidente, per i due mandati consecutivi 1997-2000 e 2001-2003), He Jian (secondo presidente, per i due mandati consecutivi 2004-2006 e 2007-2009), Zhao Weixin (2009-2011) e Wang Zengli (dal 2012, attualmente in carica).

Per quanto concerne la rete delle relazioni di mercato, l'ulteriore divisione del lavoro nella filiera produttiva, in particolare in seguito alla nascita delle imprese finali di pronto moda fondate da immigrati di Wenzhou, portò all'instaurarsi di rapporti di collaborazione tra i laboratori di cucitura e le aziende di pronto moda committenti, e di rapporti di subfornitura tra i vari laboratori; intorno al 1998 nacquero alcune imprese di importazione di tessuti dalla Cina. L'ampliarsi e il diversificarsi delle relazioni di mercato pose l'urgente necessità di regolare le transazioni tra gli immigrati originari di Wenzhou mediante contratti formali. La rete delle relazioni sociali tra gli immigrati cinesi costituì un valido ausilio alla formazione delle prime relazioni di mercato. Tra i moltissimi immigrati di Prato, tuttavia, può pur sempre accadere che ve ne siano di sprovvisti delle necessarie relazioni, oppure che vi siano persone che non riescono a stabilire le relazioni più opportune per loro. Queste persone devono allora ricorrere alla definizione di relazioni contrattuali sul mercato tramite ordini e accordi, per garantire il buon andamento delle proprie relazioni di mercato e di quelle dell'intero cluster. Naturalmente, poiché la rete delle relazioni sociali degli immigrati da Wenzhou è estremamente articolata e fitta, accade che spesso i contratti che regolano i rapporti di mercato non siano formalizzati e può addirittura accadere che non siano in forma scritta, che siano conclusi oralmente o che consistano in una semplice firma, senza alcun testo a precederla. L'aumento delle imprese gestite da immigrati cinesi e l'estendersi della divisione del lavoro fra di esse ha portato all'incremento delle relazioni di mercato, con il conseguente e graduale ulteriore sviluppo della rete delle relazioni di mercato del cluster.

Riguardo alla rete delle relazioni per l'innovazione, in questa fase l'innovazione principale riguardava il design dei modelli. I primi immigrati che da Wenzhou giunsero a Prato iniziarono a lavorare come subfornitori di imprese finali italiane che affidavano loro lavori di cucitura elementare. Quando presero a gestire in prima persona le attività, i cinesi si servirono delle informazioni sugli ultimi modelli fornite loro dai locali italiani, spendendo per tali informazioni dai duemila ai cinquemila euro al mese, all'unica condizione che gli informatori non trasmettessero le medesime informazioni a imprese (fondate da cinesi) concorrenti. Di fatto, quasi tutti gli imprenditori immigrati dalla Cina operanti nel campo dell'abbigliamento avevano le proprie fonti d'informazione. I nodi della rete per l'innovazione del cluster cominciano a sviluppare collegamenti con il sistema dell'innovazione italiano, ma si tratta di collegamenti sporadici e non sistematici. Gli immigrati cinesi, in questa fase, si limitavano in genere alla mera riproduzione dei modelli o alla contraffazione.

Nella fase di crescita, la rete del cluster subì alcuni mutamenti. La rete delle relazioni sociali si avviò verso cambiamenti profondi, evidenziando da un lato la presenza di collegamenti con la rete delle relazioni sociali locali, e focalizzandosi, dall'altro, sull'ottimizzazione e sull'avanzamento della rete delle relazioni sociali interne. La rete delle relazioni di mercato si rafforzò in virtù del ricorso alle varie forme contrattuali, e parte della rete delle relazioni sociali si trasformò in una rete di relazioni di mercato in cui i rapporti di mutua fiducia si convertirono in rapporti contrattuali. La rete delle relazioni per l'innovazione, anche grazie alla rete sociale esterna (con gli italiani) e ai rapporti con le imprese italiane si sviluppò. Nella fase della crescita, la complementarità tra le tre reti si rafforzò ulteriormente.

• *La fase della maturità: 1998-2008*

La rete delle relazioni sociali, quella delle relazioni di mercato e la rete per l'innovazione del cluster conoscono, nel periodo della maturità, uno sviluppo rapidissimo. All'esterno, la rete delle relazioni sociali aiuta gli imprenditori originari di Wenzhou a meglio integrarsi nell'economia pratese, mentre internamente si pone maggiore enfasi sul rafforzamento delle relazioni e sull'opportunità di costituire organizzazioni sempre più numerose e specializzate, istituzioni rivolte alla sfera della vita delle persone, come la chiesa, l'associazione buddhista, società di mutuo soccorso e così via, fino alle associazioni di conterranei. La rete delle relazioni di mercato si sviluppa con estrema rapidità, fin quasi a coprire tutti gli anelli della filiera produttiva (taglio, sartoria, tintura, lavaggio, stampa, accessori, ecc.), sempre a opera degli imprenditori originari di Wenzhou, i quali si affermano anche come fornitori di materie prime, di servizi di spedizione, di servizi finanziari e per la vita quotidiana, servizi di locazione e intermediazione e vari altri. La rete delle relazioni di mercato gradualmente si afferma come quella di maggior rilevanza per gli espatriati da Wenzhou residenti a Prato; nel frattempo, anche la rete per l'innovazione continua il proprio sviluppo e le imprese gestite da cinesi cominciano ad avvalersi di modellisti, consulenti legali e contabili cresciuti nella comunità cinese; gli imprenditori di Wenzhou acquistano oppure costituiscono ex novo imprese che richiedono investimenti innovativi, dalle macchine elettroniche per la stampa a quelle per il taglio automatico e la tintura, andando a potenziare il cuore stesso della rete per l'innovazione. Anche i nodi locali della rete per l'innovazione italiana, costituiti da stilisti, ingegneri, amministrativi e altre figure professionali, continuano a mantenere forti relazioni con la rete cinese per l'innovazione.

Per quanto concerne la rete delle relazioni sociali, nella fase della maturità del cluster i molti immigrati cinesi intrattenevano relazioni sociali quasi esclusivamente tra di loro, scambiando solo scarsi e sporadici rapporti con la popolazione locale, che anche per questo reagisce in modo velatamente critico alla rapida espansione della comunità cinese, poiché il massiccio afflusso di immigrati crea una serie di problemi sociali e di costi in vari settori dei servizi pubblici, quali quelli per l'igiene, la sanità, l'istruzione e la pubblica sicurezza, che Prato fatica a sostenere. Vi sono forti differenze tra le abitudini quotidiane degli immigrati cinesi e quelle della popolazione locale; i pratesi trovano lo stile di vita degli immigrati provenienti da Wenzhou e dal Fujian spesso "incompatibile" con il loro. Così, mancando un'efficace comunicazione fra le due parti, proteste e conflitti si accumulano. In questa fase, la rete delle relazioni sociali della comunità di Wenzhou si concentra sulla formazione di relazioni mirate all'integrazione, con interventi a supporto di opere di beneficenza, culturali e sportive, dedicandosi con impegno alla costruzione di legami di vario tipo con la rete delle relazioni sociali italiana. Nel 2009 la squadra di pallavolo di Prato era in difficoltà finanziarie, e la Camera di Commercio italo cinese interviene, su iniziativa dei presidenti, con una raccolta di fondi. La Camera di Commercio cinese interviene anche con donazioni a favore della figlioletta di un musicista italiano, affetta da leucemia. Gli espatriati di Wenzhou residenti a Prato organizzano inoltre attività culturali alle quali invitano le istituzioni locali per diffondere fra la popolazione locale la conoscenza della cultura cinese, nell'intento di usare la cultura come veicolo per l'integrazione degli italiani nella rete cinese delle relazioni sociali e favorire l'integrazione tra i due gruppi.

Riguardo alle relazioni di mercato, l'attività delle imprese degli immigrati di Wenzhou a Prato è di fatto un sistema relativamente indipendente dall'economia locale, al punto che molte imprese si sviluppano quasi senza alcuna necessità di avere rapporti con l'economia locale. Quasi tutti i servizi interni al cluster del pronto moda e i servizi per la vita quotidiana dei cinesi sono forniti da aziende di imprenditori venuti da Wenzhou, le cui aziende diventano sempre più specializzate raggiungendo livelli di qualità sempre maggiore. Diversi imprenditori che inizialmente svolgevano attività di cucitura o anche di pronto moda, diversificano e avviano aziende specializzate in attività complementari di ogni tipo, dal commercio dei tessuti, alla tintura e stampa, al lavaggio, migliorando progressivamente le proprie attrezzature e ampliando il proprio raggio d'azione. Alcune imprese cinesi si dedicano ai servizi di utilità quotidiana, come pescherie, bar, caffetterie, pasticcerie, negozi di barbiere, servizi per matrimoni, agenzie di viaggio e altro. In questa fase, quasi tutte le attività produttive e commerciali del cluster del pronto moda di Prato possono svolgersi proprio grazie alla rete delle relazioni di mercato del cluster. Inizia inoltre a delinearsi una relazione di mercato di assoluta importanza: gli imprenditori originari di Wenzhou sono ormai in grado di entrare nel mercato dei buyer dei prodotti di pronto moda. I primi clienti del cluster del pronto moda di Prato erano essenzialmente italiani ed europei, nessuno era originario di Wenzhou; intorno al 2005 cominciano ad arrivare a Prato anche compratori originari di Wenzhou e residenti in altre parti d'Italia o comunque residenti in Europa, e il loro numero aumenta progressivamente. Dopo il 2001, in Italia si formarono molte imprese di commercio all'ingrosso di cinesi, inizialmente erano soprattutto i distributori di Wenzhou operanti a Roma, che iniziano a interessarsi allo sviluppo del pronto moda di Prato. Prato offre i modelli più recenti con estrema rapidità e in lotti anche minimi, a ottime condizioni di vendita. Tutto ciò attira un numero sempre crescente di distributori di abbigliamento, grossisti e dettaglianti (ambulanti inclusi) originari di Wenzhou. La rete delle relazioni di mercato interna al cluster inizia ad ampliarsi fino ad affermarsi sul mercato europeo e internazionale.

Per quanto concerne la rete delle relazioni per l'innovazione, in questo periodo essa conosce un certo sviluppo. Molti pronto moda di immigrati iniziano a dotarsi di stilisti e disegnatori nonché di amministrativi tra il proprio personale; le imprese finali di abbigliamento fondate da cinesi hanno ormai quasi tutte il proprio stilista. La struttura di base prevede uno o due stilisti italiani impiegati full time o part time, affiancati da stilisti di origine cinese, e a volte persino l'imprenditore interviene nella decisione finale perché conosce il suo mercato; i disegnatori di origine cinese intervengono a correggere e integrare, consentendo così di superare i problemi propri dell'innovazione stilistica del settore. Per quanto concerne l'innovazione tecnica, questa richiede l'intervento di ingegneri italiani, per esempio per le macchine elettroniche per la stampa, le macchine automatiche per il taglio e la tintura, per i processi chiave e le formule. Nella fase di maturità del cluster, la rete per l'innovazione si caratterizza per l'inclusione di nodi cinesi e di nodi italiani, ma si trova ancora a uno stadio iniziale. Vi sono carenze nella gestione imprenditoriale, che è spesso nelle mani del proprietario affiancato dalla moglie, senza un team di gestione e senza adeguate competenze professionali.

Nella fase della maturità, le tre reti interne al cluster raggiungono un livello d'interazione maggiore rispetto alle due fasi precedenti. La rete delle relazioni sociali degli espatriati originari di Wenzhou, oltre a generare, a Prato, una rete interna di relazioni di mercato, è in grado di raggiungere ogni parte d'Italia, d'Europa

e persino della Cina. Gli immigrati da Wenzhou sono i principali operatori e sviluppatori dei centri del commercio di abbigliamento pronto moda, in Italia e nel resto d'Europa. Di conseguenza, le tre relazioni sociali fondamentali (di consanguineità, parentela e conterraneità), collegano le imprese di produzione a Prato con quelle di vendita in altre parti d'Italia e di Europa, così la rete di relazioni sociali si trasforma in una rete di relazioni di mercato. Al contempo, come conseguenza dello sviluppo della rete delle relazioni di mercato, la rete sociale degli immigrati di Wenzhou residenti a Prato si rafforza. Lo sviluppo della rete di mercato produce un ampliamento della rete sociale degli immigrati che si approfondisce anche negli ambiti della fede religiosa, delle opere di carità, dei servizi sociali, delle relazioni d'amicizia tra gli immigrati e della tutela dei loro diritti e interessi, con la nascita di diverse organizzazioni di immigrati cinesi. Anche la rete delle relazioni per l'innovazione è influenzata dallo sviluppo della rete delle relazioni sociali e di quella delle relazioni di mercato. Questo in particolare per quanto riguarda i rapporti con il sistema dell'innovazione italiano, grazie alle relazioni di mercato con numerosi stilisti professionali e fornitori di tecnologia avanzata, raggiungendo in tal modo un veloce sviluppo e promuovendo l'avanzamento della rete delle relazioni sociali e di mercato. Un buon esempio di ciò è il sempre più consistente numero di stilisti italiani (sempre più qualificati) che stringono rapporti d'amicizia e collaborazione con gli imprenditori di Wenzhou.

- *La fase del conflitto e della crisi: dal 2009 a oggi*

In questa fase, il *modus operandi* tipico degli imprenditori cinesi di Wenzhou subisce pressioni sempre più forti a livello locale. La società di Prato si fa sempre più critica verso l'aumento degli immigrati cinesi e l'impatto negativo delle loro imprese, ritenute "fuori controllo". Anche se le autorità locali continuano a sottolineare l'importanza e necessità dell'integrazione degli immigrati cinesi nella società e nell'economia locale, i conflitti tra gli immigrati originari di Wenzhou e le loro imprese da una parte e, le imprese e i residenti italiani dall'altra si fanno sempre più frequenti e aspri, la rete delle relazioni sociali subisce l'impatto negativo di diversi fattori sia interni sia esterni a essa, e la forza trainante delle tre reti delle relazioni sociali, di mercato e per l'innovazione si affievolisce e non riesce a portare avanti il processo di transizione che interessa il cluster del pronto moda di Prato.

Riguardo alla rete delle relazioni sociali, in questa fase i rapporti interpersonali tra gli immigrati di Wenzhou si sono normalizzati e le relazioni sociali interne sono stabili. In aggiunta alle attività promosse dalla Camera di Commercio cinese volte a consolidare e rafforzare le relazioni tra i suoi membri, si costituiscono altre organizzazioni degli immigrati da Wenzhou e di altre aree della Cina, come chiese e templi. Al contempo, tra i gruppi di immigrati di Wenzhou appartenenti alle varie associazioni di commercio si creano molteplici legami, con molte attività in comune. In particolare nei rapporti con la rete sociale degli italiani gli immigrati cinesi si presentano come un unico gruppo, al fine di aumentare la loro capacità di voce. Malgrado ciò, la comunità cinese, si trova ancora in una posizione piuttosto debole nei confronti degli italiani.

All'inizio del 2009 s'insedia a Prato una nuova amministrazione comunale e la situazione si fa ancor più tesa per i cinesi immigrati da Wenzhou e le loro imprese. Le forze dell'ordine svolgono controlli continui, di vario tipo, nelle imprese degli immigrati, e i maggiori problemi rilevati in queste occasioni sono il fatto che i lavoratori vivono negli stessi locali in cui operano, la presenza di lavoro

sommerso e di persone prive di documenti e l'insufficienza delle condizioni di sicurezza, tutte situazioni che suscitano aspre critiche da parte dei locali italiani e che condannano il modello di impresa adottato dagli immigrati cinesi. La Camera di Commercio cinese e la Confartigianato di Prato si sono riunite in diverse occasioni per dibattere del problema della sicurezza nelle imprese degli immigrati cinesi e del problema del lavoro sommerso, un dialogo che la pubblica amministrazione locale mostra di apprezzare. Per meglio comprendere il problema della sicurezza delle zone industriali, nel 2011 l'Associazione dell'amici-zia cinese, la Camera di Commercio cinese, l'Associazione culturale cinese del Fujian e l'Associazione buddhista di Prato si sono riunite in assemblea congiunta per discutere come risolvere il problema della sicurezza nelle zone industriali. All'assemblea hanno partecipato il console generale della Repubblica Popolare Cinese a Firenze, signora Zhou Yunqi, e i maggiori leader e imprenditori cinesi di Prato. Inoltre sono stati invitati a partecipare docenti dell'Università di Roma e rinomati esperti italiani di prevenzione e controllo, per conoscere le loro proposte e i loro suggerimenti per aumentare la sicurezza delle zone industriali. Queste occasioni di costruzione di relazioni sociali migliorano la comprensione reciproca tra i proprietari italiani e gli imprenditori cinesi dell'area, consentendo inoltre alle autorità locali di rendersi conto dell'importanza dell'imprenditoria degli immigrati cinesi. I conflitti continuano, ma parallelamente continua anche la costruzione della rete delle relazioni sociali. All'inizio di settembre 2014 con l'avvio dei controlli a tappeto nelle imprese di immigrati cinesi a seguito dell'incendio del 1 dicembre 2013 il conflitto raggiunge il culmine. Ciò indica come, dopo oltre vent'anni, l'integrazione tra la rete delle relazioni sociali degli immigrati originari di Wenzhou e quella degli italiani non sia ancora avvenuta.

Per quanto concerne le relazioni di mercato, la crisi finanziaria del 2008 non provoca grandi effetti sul cluster del pronto moda di Prato, e anzi, poiché nel cluster si producono abiti di fascia bassa e medio-bassa lo sviluppo continua fino al 2010, con un grande afflusso dalle altre località d'Italia e da tutta Europa di compratori originari di Wenzhou che acquistano merci in quantità considerevoli. Per quanto concerne l'espansione della filiera produttiva, cresce il numero delle aziende di imprenditori immigrati da Wenzhou che si dedicano all'importazione dei tessuti. Si usano infatti tessuti di provenienza cinese e turca e a Prato gli imprenditori originari di Wenzhou aprono fabbriche tessili e nuove imprese in attività sussidiarie, come la stampa, la tintura e le varie lavorazioni. La rete delle relazioni di mercato si rafforza, sviluppandosi soprattutto al di fuori di Prato, mentre in città le relazioni interne si fanno più fitte e stabili. Dopo il 2011, tuttavia, il mercato di Prato come quello di molti centri commerciali cinesi in Italia, registra una brusca caduta di domanda. In particolare, a causa del mancato pagamento da parte di alcune imprese accompagnato dalla fuga dei relativi imprenditori hanno gettato il mercato nel panico, con notevole danno alla rete delle relazioni di mercato.

Riguardo alla rete delle relazioni per l'innovazione, è noto che le imprese degli immigrati cinesi si caratterizzano in genere per le piccole dimensioni, la gestione individuale, con livelli di produzione inferiore alla media. A Prato vi sono ancora imprese tessili italiane in grado di fornire tessuti di alta qualità, tuttavia le aziende d'abbigliamento degli immigrati di Wenzhou per la maggior parte utilizzano tessuti importati dalla Cina o comunque disponibili sul mercato, e quindi la rete dell'innovazione non viene sviluppata attraverso l'acquisto di tessuti. Le imprese italiane di Prato vedono ridursi il proprio potenziale ma continuano

a sperare che la tradizione tessile di Prato continui. Se la rete delle relazioni per l'innovazione riuscirà a integrarsi con le risorse italiane per l'innovazione, l'industria del tessile e dell'abbigliamento di Prato potrà mantenere la propria leadership in Europa.

I pratesi iniziano a guardare con serio interesse a questa possibile collaborazione. Va in questa direzione l'idea di creare un centro di ricerca e sviluppo tecnologico per il settore tessile in collaborazione con partner cinesi, un centro che sia in grado di attirare fondi statali per lo sviluppo di nuove tecnologie che costituiscano il punto d'avvio di collaborazioni maggiori con i partner cinesi, in modo da aprire una nuova via allo sviluppo per le imprese locali. Il 2 febbraio 2010 il Presidente della Provincia di Prato, invita a un tavolo di dialogo i rappresentanti delle associazioni di commercio degli immigrati cinesi; tra i due gruppi, italiani e cinesi, manca infatti ancora una visione comune su come procedere per integrare i due gruppi. L'idea è quella di costruire un canale di dialogo tra italiani e cinesi nel rispetto della legge, attraverso una cooperazione economica che vada a beneficio di ambo le parti. Spiega il Presidente: *“Aprire un canale di dialogo è una scelta strategica, una via lunga da percorrere ma necessaria”*.

Nella fase del conflitto e della crisi, da un lato la rete delle relazioni sociali del cluster si apre alla rete esterna suscitando reazioni positive nella società locale; dall'altro lato, tuttavia, si rileva anche un ritardo nel processo d'espansione della rete delle relazioni sociali. Gli immigrati cinesi residenti nel resto d'Italia e d'Europa sono ormai i maggiori clienti del pronto moda di Prato. Sotto la spinta della rete delle relazioni sociali, pertanto, la rete delle relazioni di mercato si amplia a toccare nodi esterni a Prato. La rete per l'innovazione, in parte limitata dalla chiusura dalla rete delle relazioni sociali e da quelle di mercato si è sviluppata in modo di gran lunga più lento rispetto a quello delle altre due reti.

Nelle quattro fasi di sviluppo delle tre reti, i wenzhouesi, attraverso i rapporti con i locali, apprendono molte nuove tecniche e metodi organizzativi più efficienti, ma contemporaneamente apprendono anche aspetti negativi dell'economia locale italiana. A causa delle pesantezze burocratiche, del protezionismo commerciale e della presenza della criminalità organizzata, molti ritengono che l'Italia sia un pessimo ambiente per fare impresa, il peggiore dell'Europa occidentale. Come reazione a tale stato di cose, il metodo applicato con maggiore frequenza consiste nell'aprire una nuova fabbrica e chiuderla prima dell'arrivo della guardia di finanza, per riaprire con una nuova ragione sociale, nello stesso luogo, naturalmente con una nuova partita IVA. Questo metodo spesso richiede la consulenza di esperti di fiscalità italiana⁴⁰ ed è in uso dagli anni Novanta del secolo scorso. Sono frequenti i casi di figli che subentrano ai genitori nella conduzione dell'impresa senza pagare i debiti che risolvono chiudendo e aprendo una nuova ditta al medesimo indirizzo. Le interviste raccolte mostrano che tutte le imprese gestite a Prato da immigrati di Wenzhou vantano crediti per pagamenti non effettuati dalle imprese italiane, senza eccezioni. Le “infiltrazioni” nella rete delle relazioni sociali, la malafede dei titolari succedutisi alla guida delle imprese e le relazioni economiche sempre più spesso negative tra gli stessi imprenditori di Wenzhou, tra questi e gli imprenditori italiani, tra le aziende d'abbigliamento e quelle specializzate nelle varie lavorazioni, tra grossisti e dettaglianti, impediscono l'ulteriore sviluppo del cluster. Questi sono gli effetti negativi dell'evoluzione delle reti delle relazioni sociali, di mercato e per l'innovazione.

⁴⁰ New York Times, 12/09/2010.

3.5 I problemi derivanti dall'evoluzione del cluster del pronto moda di Prato

L'afflusso degli immigrati da Wenzhou ha favorito la formazione e lo sviluppo del cluster del pronto moda di Prato, che è così divenuto il centro del pronto moda in Italia e in Europa. Tuttavia, l'ulteriore sviluppo del cluster è impedito da alcuni problemi derivanti dall'imperfetta evoluzione della rete delle relazioni sociali, di quella delle relazioni di mercato e della rete delle relazioni per l'innovazione.

- *L'insufficiente integrazione culturale limita l'espansione interetnica della rete delle relazioni sociali*
 - Il gruppo di imprenditori di origine cinese (principalmente di Wenzhou) non è riuscito a integrarsi nella società locale. I contatti tra gli immigrati di Wenzhou e i residenti locali sono sporadici, si limitano al mondo degli affari e sono rari e superficiali nei campi dell'arte, dello sport, dell'istruzione; la maggior parte degli immigrati originari di Wenzhou non si adegua allo stile di vita della popolazione pratese e il maggior interesse restano gli affari e il guadagno. La maggioranza degli imprenditori cinesi operanti nel campo del pronto moda a Prato ha una conoscenza discreta della lingua italiana e non ha difficoltà di comunicazione per quanto concerne il lavoro e gli affari, tuttavia gli immigrati non parlano mai con gli italiani di temi diversi dal business. Le carenze della comunicazione tra i gruppi originari di Wenzhou e la popolazione locale impediscono inevitabilmente la formazione di norme e valori condivisi e producono pregiudizi e incomprensioni.
 - Gli imprenditori di origine cinese sembrano mancare di coscienza politica. Gli immigrati cinesi in Francia (in particolare quelli provenienti da Wenzhou e Qingtian) hanno sempre dimostrato una forte volontà di partecipazione e un profondo coinvolgimento nella vita politica del Paese in cui risiedono, al punto che diversi di loro sono entrati in parlamento e sono stati eletti a cariche quali quella di sindaco. Gli imprenditori di Wenzhou immigrati a Prato, invece, sono all'opposto, disinteressati alla possibilità di far sentire il proprio peso e la propria influenza sociale attraverso i canali della politica.
 - Gli imprenditori di origine cinese trascurano le proprie responsabilità sociali. Per quanto a Prato la loro condizione economica sia molto migliorata rispetto all'inizio degli anni Novanta del secolo scorso, non dimostrano un sufficiente grado di responsabilità sociale verso la comunità locale, non s'impegnano nel rispetto dell'ambiente né delle norme sulla sicurezza nei luoghi di lavoro, non assolvono gli obblighi fiscali e non si curano del benessere e della tutela sociale dei lavoratori: molte lacune ancora li distinguono dalle rinomate aziende italiane del campo.
- *Un sistema di transazioni irregolari non può produrre una rete di mercato efficiente*
 - I metodi di pagamento in uso nelle transazioni tra le imprese del cluster degli immigrati e le imprese italiane locali sono spesso irregolari. Gli immigrati di Wenzhou, già quando lavoravano per conto delle aziende italiane, si trovavano a dover affrontare il problema dei pagamenti, principalmente

perché nelle transazioni gli importi effettivi erano diversi da quelli indicati nei documenti contabili. La maggior parte delle transazioni viene regolata direttamente in contanti. Tale modalità non è esclusiva delle transazioni tra i pronto moda e i loro clienti, grossisti e dettaglianti, ma caratterizza anche i rapporti di subfornitura e addirittura si ritrova anche nei rapporti tra i proprietari di immobili italiani e i locatari cinesi. Da tutto questo deriva la sottovalutazione del fatturato e un minor peso degli oneri fiscali. Naturalmente, tutto ciò si verifica anche nelle transazioni tra gli imprenditori e i commercianti di Wenzhou, ma in questi casi, in genere, la presenza di stretti legami sociali aumenta il costo-opportunità in caso di inadempienza, pertanto i casi di ritardo nei pagamenti sono piuttosto rari. Quando si stabilirono le prime relazioni commerciali tra gli italiani e gli immigrati di Wenzhou, non c'erano regole di mercato chiare e questa era una prassi abituale e lo è ancora oggi. L'opinione pubblica italiana ritiene che la maggior parte delle transazioni tra gli immigrati di Wenzhou sia irregolare, ma guardando alle ragioni storiche di tale situazione, si scopre che essa è determinata anche dalla natura del regime fiscale italiano. L'irregolarità dei contratti indebolisce le relazioni di mercato e rende difficile la costruzione di un rapporto di fiducia tra gli imprenditori originari di Wenzhou e gli imprenditori italiani.

- I pagamenti in sofferenza determinano una crescita eccessiva del rischio di insolvenza legato all'uso dei contanti tra le imprese degli immigrati cinesi. I pronto moda cinesi di Prato, nell'impossibilità di riscuotere i pagamenti della merce consegnata in un'unica soluzione, utilizzano i propri crediti nominali a compensazione di quanto dovrebbero ai laboratori di cucitura, ai fornitori di tessuti, agli stampatori, ai fornitori di grucce e di servizi logistici e addirittura ai ristoranti e alle rosticcerie; ciò porta parte delle imprese del cluster del pronto moda a non poter pagare le materie prime e addirittura gli stipendi dei dipendenti. Tale situazione negativa va a coinvolgere uno a uno tutti i nodi nella rete di mercato, per cui se un'impresa non paga nel tempo stabilito, inevitabilmente avvia un circolo vizioso che va a coinvolgere tutte le attività e le imprese del cluster. Le difficoltà nel flusso di cassa e la lunghezza della catena debitoria possono compromettere lo sviluppo dell'intero cluster.
- La vita media delle imprese del cluster è troppo breve per permettere l'affermazione di prodotti di marca e di imprese note. Secondo i dati statistici della Camera di Commercio di Prato nel terzo trimestre del 2008, su 3.875 imprese di immigrati cinesi, 2.926 delle quali operanti nel settore dell'abbigliamento, la sopravvivenza media è di soli diciotto mesi. Secondo i *mass media* italiani, la brevità della sopravvivenza di queste imprese ha la finalità di sfuggire a ispezioni e controlli. In realtà, anche la sopravvivenza delle aziende italiane è, in molti casi, altrettanto breve. Tale situazione non favorisce certo la promozione di prodotti di marca e di imprese famose. e gli italiani criticano le imprese cinesi anche per la qualità bassa dei loro prodotti. Le indagini sul rogo di Teresa Moda del 2013 portano all'attenzione alcune particolari situazioni. Secondo gli inquirenti, ci sono voluti diversi mesi per stabilire se il proprietario dell'azienda fosse effettivamente la signora Lin o se ella fungesse unicamente da prestanome e Teresa Moda era la quarta impresa aperta dalla signora Lin nella medesima sede. Il difensore, tuttavia, ha sostenuto che la signora Lin era solo un'impiegata

di Teresa Moda e che ella non ha mai registrato imprese aventi sede a quell'indirizzo.

- Le irregolarità nel commercio internazionale e le rimesse verso la Cina degli imprenditori cinesi. Secondo i dati statistici della Banca d'Italia, nel 2009 le rimesse inviate da Prato in Cina hanno raggiunto un totale di 464 milioni di euro. Gli immigrati cinesi ritengono che questo denaro non debba essere considerato come il profitto delle loro imprese, bensì come capitale circolante per l'importazione dalla Cina dei tessuti di cui necessitano per le loro attività. Le forze dell'ordine italiane hanno indagato alcuni imprenditori immigrati dalla Cina, monitorandoli attraverso l'attività dei servizi di *money transfer*; hanno così scoperto che gli importi delle rimesse di molti immigrati cinesi non sono compatibili col fatturato, l'ammontare dei salari e il valore della produzione delle loro imprese. La ragione di ciò si rintraccia nell'irregolarità, secondo la legislazione italiana, delle transazioni internazionali degli imprenditori e dei commercianti cinesi.
- *Il ritardo nell'innovazione limita lo sviluppo della rete delle relazioni per l'innovazione*
 - Il livello dei prodotti del cluster è piuttosto basso, come anche il loro valore aggiunto. Nonostante l'elevato volume della produzione (390 milioni di capi nel solo 2009), il valore aggiunto creato dal cluster del pronto moda di Prato resta basso e l'inasprirsi della concorrenza tra le imprese degli immigrati cinesi riduce ulteriormente i margini di profitto. I prodotti del cluster sono per la maggior parte di bassa qualità, perché ordinati e prodotti per consumatori di livello medio-basso. Negli ultimi anni vi è stato un certo miglioramento nella qualità dei prodotti da parte di alcune imprese, ma nel complesso la fascia di mercato del cluster resta abbastanza bassa. I prodotti con marchio proprio restano rari e le attività volte all'innovazione dei materiali, delle tecniche di stampa e del design dei capi sono insufficienti. Il livello tecnico, la creatività dei capi prodotti sono pertanto insufficienti e il valore aggiunto generato è basso.
 - Manca l'innovazione originale e abbonda l'imitazione. Poiché le aziende del cluster sono tutte di piccole dimensioni e la rete delle relazioni sociali fra gli immigrati di Wenzhou è ben sviluppata, le conoscenze produttive relative all'abbigliamento si diffondono facilmente: già nel periodo iniziale, infatti, le imprese cinesi spesso si imitavano l'una con l'altra. Le imprese finali del cluster del pronto moda pratese sono generalmente di piccole dimensioni, sempre al di sotto dei dieci dipendenti, con uno o due stilisti italiani e con titolari pressoché "onnipotenti" e accentratori. Spesso tutto il lavoro di gestione dell'impresa, sia delle attività svolte al suo interno sia di quelle commissionate all'esterno, è nelle mani del titolare e di sua moglie, che decidono praticamente tutto. La mancanza di personale con competenze tecniche e gestionali riduce fortemente le possibilità di innovazione che viene così a dipendere principalmente dal passaparola e la capacità di innovazione originale resta quindi decisamente insufficiente.
 - Nel cluster manca una piattaforma comune per l'innovazione e i servizi per l'innovazione sono insufficienti. Lo sviluppo del cluster del pronto moda di Prato risente di queste mancanze; tale situazione va a ripercuotersi sullo sviluppo della rete delle relazioni per l'innovazione del cluster.

L'attuale fase di sviluppo del cluster si concentra sulla costruzione di tale piattaforma e sulla necessità di fornire, attraverso di essa, adeguati servizi di design, laboratori di prova e servizi fiscali comuni. Lo sviluppo del cluster del pronto moda risente dell'estrema scarsità di servizi innovativi per le piccole imprese e della mancanza di collaborazioni con istituzioni di ricerca e di alta formazione. Inoltre, il centro di ricerca e sviluppo tecnologico sino-italiano per il settore tessile da realizzare in collaborazione con il governo cinese al momento non è ancora operativo.

3.6 L'evoluzione del cluster dell'abbigliamento di Wenzhou: esperienze e lezioni apprese

La filiera dell'abbigliamento di Wenzhou iniziò a prendere forma negli anni Ottanta del secolo scorso. Nei successivi anni Novanta le tecnologie e le attrezzature avanzate importate dall'estero consentirono di innalzare la qualità dei prodotti e di metterne a punto la struttura, determinando la nascita di un primo nucleo di imprese che poi costituì il seme del futuro settore portante dell'economia di Wenzhou, l'abbigliamento. A partire dal 2003, il settore dell'abbigliamento di Wenzhou con le proprie attività, collaborazioni internazionali, alleanze e produzioni OEM⁴¹, si apre al mercato. Nel 2009 prende a formarsi un vero e proprio cluster dell'abbigliamento nell'area di Wenzhou, che arriva man mano a comprendere aziende per la stampa dei tessuti e per la produzione di accessori e complementi, servizi di ricerca e sviluppo per il design, l'esposizione dei prodotti e il marketing. Una particolarità di rilievo è che il cluster dell'abbigliamento di Wenzhou comprende al suo interno diversi cluster minori, come quello dell'abbigliamento maschile di Lucheng (che raggruppa sette comuni), Yongjia e Zhu'ao per l'abbigliamento per bambini, Tengqiao per l'abbigliamento femminile e Ouhai per il casual. L'insieme di questi clusters tra loro collegati dà vita ad una rete di cluster differenziata e di notevole estensione.

A partire dal 2011 il calo dei profitti, la riduzione dei flussi di cassa e i problemi della sicurezza della produzione portarono alla chiusura di molte piccole imprese di produzione dell'abbigliamento, a una forte riduzione della capacità di penetrazione del settore, con un forte rallentamento dell'industria, il disgregarsi di relazioni e raggruppamenti e alla riduzione dei vantaggi del cluster. Attualmente, i meccanismi dell'integrazione e della fiducia appaiono necessari per un'adeguata ottimizzazione della densità delle reti e delle loro interrelazioni. L'esperienza del cluster dell'abbigliamento a Wenzhou può sintetizzarsi negli elementi seguenti: innanzitutto, si è stabilita un'affidabile rete di relazioni sociali, che ha fornito il supporto psicologico e il capitale sociale necessari all'innovazione del cluster, promuovendo anche l'ampliamento del cluster fino alla costituzione di reti di cluster; successivamente, si è costruita una rete di relazioni di mercato, basata su contratti, che hanno fornito le necessarie garanzie alle transazioni tra le imprese interne ed esterne al cluster, riducendo il costo opportunità e il costo delle transazioni; infine, si è promosso l'ampliamento della rete delle relazioni per l'innovazione, l'evoluzione verticale della rete delle relazioni di mercato,

⁴¹ Un "original equipment manufacturer" (OEM), è un'azienda che realizza un prodotto sul quale appone il proprio marchio, utilizzando integralmente o quasi parti fabbricate da fornitori. Spesso l'azienda che commercializza e marchia il prodotto finito è definita "casa madre" ed è quasi sempre di dimensioni maggiori dell'azienda dalla quale acquisisce i componenti e/o alla quale affida processi produttivi (NdT).

l'aumento della capacità d'innovazione del capitale, e si è alimentato lo sviluppo dell'innovazione presso le imprese del cluster.

Nel processo di sviluppo della rete del cluster dell'abbigliamento di Wenzhou, quando si sono presentati i problemi, le autorità locali di ogni livello e la Camera di Commercio dell'abbigliamento se ne sono occupate in modo da fornire agli imprenditori il supporto necessario. Come è avvenuto, per esempio, per gli alloggi per i lavoratori, la costruzione di nuovi parchi industriali, l'istituzione di centri di sviluppo per l'abbigliamento, la fornitura di servizi di design, promuovendo la costituzione di un centro di ricerca tessile italo cinese e il rinnovamento di centri commerciali. Si tratta di attività che dimostrano il supporto e la guida offerti dall'amministrazione pubblica e dalla Camera di Commercio alle imprese del cluster. Attraverso la concentrazione di capitali, la raccolta d'informazioni e la creazione di sistemi di progettazione, si fa avanzare la rete delle relazioni sociali, la rete delle relazioni di mercato e la rete per l'innovazione e si favorisce lo sviluppo del cluster.

3.7 Azioni e proposte per l'ottimizzazione della rete del cluster dell'abbigliamento di Prato

Secondo l'analisi fin qui condotta dei problemi che hanno condizionato l'evoluzione del cluster di Prato, e confrontando tale analisi con l'esperienza dell'evoluzione del cluster dell'abbigliamento di Wenzhou, si ritiene che per rafforzare e rilanciare lo sviluppo del cluster del pronto moda di Prato sia necessario migliorare le reti delle relazioni sociali, delle relazioni di mercato e delle relazioni per l'innovazione, obiettivo raggiungibile con lo sforzo congiunto dei vari attori.

- *La pubblica amministrazione di Prato*
 - L'amministrazione pubblica di Prato dovrebbe dare maggiore attenzione agli imprenditori di origine cinese, riconoscendo il contributo che gli immigrati e gli imprenditori d'origine cinese hanno dato alla formazione del cluster locale del pronto moda. Occorre continuare a promuovere la reciproca conoscenza e comprensione tra i locali e gli immigrati, creando sempre più occasioni di integrazione sociale, anche attraverso una maggiore partecipazione della popolazione locale alla celebrazione delle feste cinesi, quali il capodanno, la festa delle barche del drago e altri eventi della tradizione cinese, in modo da favorire la mutua conoscenza e comprensione tra i due gruppi.
 - Sarebbe utile provvedere a far redigere, a cura di esperti qualificati, una relazione sullo sviluppo del settore del pronto moda a livello locale, e raccomandare al governo nazionale di ridurre la pressione fiscale sulle piccole e medie imprese, in modo da incoraggiare l'imprenditoria medio-piccola e aumentare le opportunità di lavoro. L'Italia e l'Unione Europea in generale dovrebbero definire strategie economiche più favorevoli, sul modello degli altri Paesi, per ridurre l'esportazione dei capitali all'estero.
 - Le autorità di Prato dovrebbero proseguire l'impegno nel mantenimento dell'ordine pubblico a livello locale, per evitare incidenti. Sarebbe utile che le autorità pratesi, in collaborazione con le associazioni di commercio degli immigrati cinesi, aumentassero i mezzi di monitoraggio e sorveglianza

nelle vie principali, per migliorare il livello di sicurezza delle persone, attraendo così anche un maggior numero di compratori.

- Sarebbe utile prevedere un piano per la riqualificazione dell'area a maggioranza di residenti cinesi, finanziato dalla comunità cinese, per farne un modello per tutta l'Europa. Questo porterebbe a migliorare le condizioni igieniche e la situazione del traffico, aumentando l'attrattiva turistica di Prato e migliorandone l'immagine. Gli imprenditori di origine cinese che fornirebbero il capitale necessario ovviamente ne beneficerebbero, ma anche Prato ne trarrebbe beneficio, poiché la nuova "città cinese" sarebbe un'ottima piattaforma di scambio con il mondo esterno e favorirebbe l'integrazione tra gli immigrati e i locali. Le ispezioni condotte negli anni hanno rilevato che molte piccole imprese non hanno mai provveduto a separare gli spazi abitativi da quelli lavorativi, e le autorità dovrebbero intervenire con un piano adeguato, rendere disponibili terreni su cui costruire parchi industriali, oppure trasformare le attuali zone industriali. Le autorità pratesi dovrebbero trarre ispirazione dall'esperienza di Wenzhou per risolvere il problema dell'alloggio per i lavoratori delle piccole imprese costruendo ambienti separati.

- *Le associazioni di commercio degli immigrati cinesi*

- Per rafforzare la collaborazione tra le varie associazioni cinesi e l'interazione con le camere di commercio italiane e altri enti e gruppi, sarebbe utile organizzare una serie di attività in grado di aumentare la visibilità e promuovere la buona reputazione della comunità cinese.
- Sarebbe inoltre utile instaurare rapporti di collaborazione tra scuola e impresa, con il supporto di università ed enti di ricerca italiani ed esteri; si potrebbe istituire uno speciale fondo di ricerca a sostegno della ricerca e dello sfruttamento dei suoi risultati, per migliorare l'immagine degli imprenditori cinesi agli occhi dell'opinione pubblica, per una maggiore comprensione e un maggior supporto reciproco.
- Si dovrebbero istituire corsi d'istruzione e formazione specificamente calibrati sulle esigenze degli immigrati originari e per quelli di seconda e terza generazione. L'istruzione per i primi dovrebbe concentrarsi sullo studio della lingua, la storia, la legislazione e l'economia italiana, mentre la seconda e la terza generazione dovrebbe unire lo studio della cultura italiana a quello della cultura cinese, per favorire l'integrazione sociale e lo sviluppo economico delle nuove generazioni di immigrati.
- Si dovrebbero rafforzare i legami con le camere e le associazioni di commercio della madrepatria, contando sul supporto offerto dal forte sviluppo economico della Cina, con investimenti sul capitale sociale da impiegare nel cluster del pronto moda di Prato.
- Si dovrebbe migliorare il livello d'integrazione con le risorse italiane ed europee, in particolare per quanto concerne i settori dell'abbigliamento, calzaturiero e della pelletteria, che costituiscono una ricca tradizione culturale italiana, anche grazie ai top brand italiani, e favorire lo scambio tra i vari attori del design e della creatività; le molte aziende italiane ad alta tecnologia potrebbero inoltre costituire una scelta per il futuro delle imprese degli immigrati cinesi.

- Si dovrebbero organizzare attività di gruppo per reclutare studenti cinesi e italiani con i livelli d'istruzione più alti, in modo da inserire nelle imprese degli immigrati delle persone che siano anche professionisti preparati con un buon livello d'italiano e in grado di comprendere in profondità la cultura italiana, provvedendo così a inserire nelle imprese del capitale umano con alto potenziale innovativo, capace di rivitalizzare la struttura della rete per l'innovazione delle imprese cinesi.
- *Gli imprenditori di origine cinese*
 - Dovrebbero curare la propria cultura personale, partecipando a eventi di formazione, continuando a studiare la lingua e la cultura italiane, la storia e la cultura locali, in funzione di un'integrazione a lungo termine.
 - Dovrebbero curare la propria competenza in ambito legale ed economico, partecipando ai corsi organizzati dalle associazioni di commercio, in modo da ampliare le proprie competenze in materia di finanza, gestione dei dati, connettività, e-commerce, e tenersi al passo con i tempi.
 - Dovrebbero curare maggiormente la famiglia ed il tempo libero, partecipando ad attività ricreative locali, da quelle sportive a quelle artistiche e d'intrattenimento, per integrarsi con le generazioni successive alla propria e ricercare un maggiore contatto con i genitori dei coetanei italiani dei loro figli, anche in occasione dei colloqui scolastici.
 - Dovrebbero ampliare la propria rete di relazioni per venire a contatto con validi professionisti (per esempio con contatti in ambito economico, legale, tecnico), per poter disporre di servizi di consulenza di vario tipo e anche per reperire risorse e contribuire a costruire la rete delle relazioni per l'innovazione; ciò per rendere ancor più significativo il contributo dato dalle imprese e dagli immigrati cinesi allo sviluppo di Prato. Prato, come principale centro del pronto moda in Europa, ha bisogno sia degli imprenditori cinesi sia del supporto della pubblica amministrazione, nonché dell'impegno congiunto di tutte le organizzazioni e i gruppi in gioco. Si auspica che tutti gli attori possano conseguire validi obiettivi di sviluppo per l'economia pratese, contribuendo a rilanciare l'economia italiana, migliorando in modo efficace le reti delle relazioni sociali, delle relazioni di mercato e delle relazioni per l'innovazione, promuovendo l'ulteriore sviluppo del cluster del pronto moda di Prato a beneficio di tutti.

4.

La descrizione del sistema economico pratese distinto per etnie attraverso le matrici di contabilità

4.1 Introduzione

Per analizzare la struttura del sistema economico pratese, il contributo della comunità cinese a tale sistema e la rete di relazioni locali e transnazionali di questa comunità, è stata stimata una matrice di contabilità sociale (SAM - Social Accounting Matrix)⁴² della provincia di Prato per l'anno 2010⁴³. Data la particolare connotazione socio-economica della provincia e la flessibilità della struttura delle SAM, si è deciso di procedere a tale descrizione distinguendo il sistema per due gruppi etnici, costituiti dalla comunità cinese da un lato e dalla comunità autoctona (più le altre comunità migranti) dall'altro.

Attraverso la SAM, sarà descritto il sistema economico provinciale nel suo complesso, con la possibilità di isolare flussi di beni e servizi, di reddito e di capitale tra tutti gli attori del sistema. Allo stesso tempo, il medesimo strumento ci consentirà di quantificare il contributo che la comunità cinese fornisce all'intero sistema economico provinciale sia in termini di produzione di beni e servizi e generazione del reddito sia come domanda aggregata rivolta al sistema dalla comunità stessa.

Nel primo paragrafo presentiamo le SAM come strumento descrittivo di un sistema economico indicando origine, contenuto ed utilità delle matrici di contabilità sociale a scala locale.

Nel secondo paragrafo mostriamo come le SAM arrivano a descrivere il sistema e come possano essere usate per stimare il contributo delle diverse comunità etniche al funzionamento del sistema stesso.

Nel terzo paragrafo saranno mostrate le principali grandezze economiche (conto risorse impieghi, produzione e valore aggiunto settoriale, esportazioni ed imposte pagate), sia per quantificarne il livello complessivo nella provincia sia per distinguere il contributo della comunità cinese dal resto dei soggetti che operano sul territorio.

Nel quarto paragrafo sarà descritto il funzionamento di un modello input-output realizzato sulla base della matrice provinciale bi-etnica; attraverso tale modello stimeremo il contributo della comunità cinese all'economia locale non solo in termini di struttura del valore aggiunto ma anche di effetto indiretto ed indotto che si propaga attraverso le relazioni intersettoriali che avvengono tra le imprese e le comunità etniche.

⁴² Da anni l'IRPET si occupa della costruzione delle matrici di contabilità a scala sub-nazionale e della divulgazione di tali matrici e dei relativi modelli al mondo accademico ed a quello dei policy makers per le valutazioni di politica economica.

⁴³ Il riferimento ad un anno non più troppo recente (il 2010) è dovuto al fatto che le matrici di contabilità richiedono per essere costruite una notevole mole di dati che difficilmente possono essere aggiornati celermente; d'altra parte occorre considerare che le matrici di contabilità salvo in occasioni di shock economici notevoli, mantengono valide per diversi anni le proprie caratteristiche strutturali come descrizione della realtà economica.

4.2 Cosa sono le SAM

Le SAM sono matrici di dati che rappresentano i flussi che intercorrono tra diversi soggetti (branche produttive e settori istituzionali) di un sistema economico in un intervallo di tempo (generalmente l'anno). Nascono all'interno della teoria economica tradizionale come una estensione delle matrici input-output e sono largamente utilizzate per l'analisi delle economie in via di sviluppo (Pyatt e Round, 1985), soprattutto per la possibilità che offrono di considerare i problemi di distribuzione del reddito, particolarmente acuti in quelle aree: l'aggettivo sociale è legato proprio all'enfasi posta sulla distribuzione del reddito delle famiglie. In anni più recenti, sono tornate ad essere oggetto di interesse anche per lo studio delle economie sviluppate, grazie alla maggiore disponibilità, affidabilità e standardizzazione dei dati di contabilità nazionale, all'utilità di riconciliare tutte le informazioni contabili in un unico schema che al contempo le rappresenti e le renda coerenti ed all'importanza di eseguire analisi strutturali e di costruire modelli multisettoriali per le simulazioni di politica economica (Ministero Sviluppo Economico, 2009).

Le SAM rappresentano il processo economico e ne evidenziano la circolarità in modo flessibile: la disaggregazione dei singoli blocchi contabili permette infatti di evidenziare particolari interdipendenze esistenti, che rimarrebbero nascoste nei prospetti tradizionali (conti a due sezioni). Inoltre, posta la disponibilità di informazioni statistiche, è possibile scegliere il tipo di classificazione adatto a specifiche esigenze di analisi del sistema economico.

Le SAM costituiscono la base informativa di un'ampia gamma di modelli multisettoriali, sviluppati spesso all'interno di quadri teorici alternativi (modelli lineari, modelli di equilibrio economico generale, modelli di simulazione micro-macro): la flessibilità della loro struttura consente la calibrazione di modelli per analizzare parti specifiche dell'economia, pur rimanendo all'interno di una completa e coerente cornice macroeconomica (Scandizzo, 1994). Ad esempio, attraverso tali strumenti è possibile studiare l'impatto macroeconomico di particolari politiche settoriali, oppure analizzare la differenziazione geografica degli impatti (modelli multi regionali, disaggregazione rurale-urbana dell'economia, distinzione di diversi gruppi etnici).

Se a livello nazionale la quantità di informazioni statistiche disponibili non crea grossi ostacoli alla costruzione di una matrice di contabilità sociale sufficientemente disaggregata, a livello sub-nazionale (ed ancor più sub-regionale), la mancanza di confini attraverso i quali si registrano i flussi di scambio con l'esterno e la non sempre sufficiente copertura statistica delle principali indagini campionarie (spesso rappresentative solo a livello nazionale) rende più difficoltosa la loro costruzione.

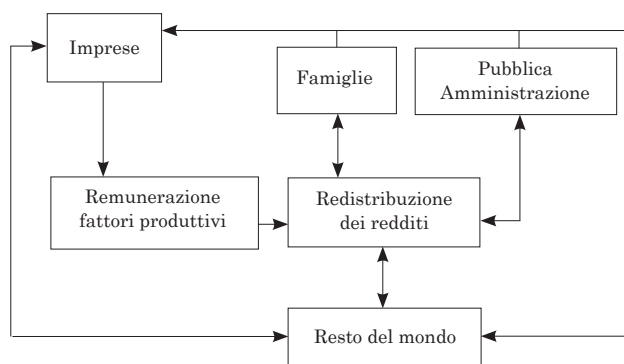
4.3 Descrizione di un sistema economico attraverso le SAM

Il ciclo economico è un'insieme di relazioni tra settori istituzionali (distinti in forma molto aggregata in famiglie, imprese e pubblica amministrazione).

Secondo lo schema in figura 4.1, in un sistema economico la prima relazione di scambio nel mercato avviene tra imprese e famiglie: le prime vendono beni e servizi alle seconde dietro il corrispettivo di un prezzo di mercato pagato per i

beni di consumo; le seconde forniscono capitale e lavoro alle prime dietro il corrispettivo di un interesse ed un salario (che rappresentano le remunerazioni dei fattori produttivi); la pubblica amministrazione si inserisce nel sistema economico (nella fase di redistribuzione dei redditi) in termini organizzativi, normativi e perequativi operando con la tassazione i trasferimenti utili a rendere il sistema economico non soggetto esclusivamente alle leggi del mercato. Tutti questi soggetti (e relative relazioni) in un sistema aperto hanno relazioni con il resto del mondo (in termini di scambio di beni, servizi, redditi e trasferimenti).

Figura 4.1 SCHEMA SINTETICO DELLE RELAZIONI TRA I SOGGETTI DI UN SISTEMA ECONOMICO



Tutti i flussi di questo circuito economico, del quale la figura 4.1 rappresenta uno schema estremamente sintetico, possono essere descritti quantitativamente all'interno dei blocchi di una matrice di contabilità sociale con un dettaglio che può essere modulato a piacere a seconda delle disponibilità informative esistenti e degli obiettivi analitici richiesti alla matrice.

Nella costruzione della SAM provinciale è stato deciso di adottare uno schema che aumentasse la compattezza della struttura pur permettendone l'utilizzo per diverse finalità conoscitive e di simulazione. Gli agenti economici presenti nella SAM sono le unità locali produttive collocate internamente al territorio indipendentemente dalla localizzazione della loro sede principale. Spesso queste sono suddivise in branche produttrici legate alla classificazione Nace del SEC10⁴⁴. Gli altri agenti economici presenti nella SAM sono i settori istituzionali, definiti come centri di decisione ed articolati in famiglie, imprese, enti no profit e pubblica amministrazione e che hanno residenza nel territorio provinciale.

Non esiste una forma standard delle matrici di contabilità sociale (a parte per il fatto di essere matrici quadrate): ciò da un lato porta a problemi di uniformità, definizione e comunicazione all'interno della comunità scientifica, dall'altro rende queste matrici degli strumenti estremamente flessibili, in quanto possono essere adattate allo studio di particolari contesti in funzione della quantità di informazioni esistenti per costruirle e dello scopo finale del loro utilizzo. Nel caso della SAM costruita per la provincia di Prato è stato deciso di non enfatizzare

⁴⁴ NACE è la nomenclatura (classificazione) delle attività economiche stabilita dalla comunità europea e recepita attualmente in Italia con la classificazione chiamata Ateco2007; SEC2010 è il sistema europeo dei conti, entrato in vigore dal 2014 con il quale si descrivono e definiscono tutti i flussi e gli stock dei sistemi economici in modo da rendere equiparabili a livello europeo i dati di contabilità nazionale rilasciati dai diversi paesi.

particolarmente la distribuzione del reddito (come invece avviene per le tradizionali SAM) ma di evidenziare il contributo dato al sistema economico dalle diverse etnie ed in particolare quella della comunità cinese rispetto al resto degli attori economici della provincia.

Come accade per ogni tipo di matrice contabile anche la SAM per la provincia di Prato viene stimata tramite metodi indiretti⁴⁵: l'IRPET stima annualmente le matrici di contabilità a scala nazionale, regionale e (per la Toscana) sub regionale e comunemente adotta un sistema di stima a cascata che parte dalle matrici nazionali, passa a quelle regionali e da qui a quelle provinciali e per sistemi locali. Il metodo di costruzione si avvale di tutti i dati disponibili – dalla contabilità ISTAT alle statistiche amministrative esistenti – e una serie di ipotesi di stabilità (ad esempio sui coefficienti tecnici delle matrici intersettoriali, coefficienti di importazione e di imposizione fiscale, strutturazione delle componenti di domanda ecc.). Attraverso queste informazioni si stima una matrice di valori iniziali detta matrice non bilanciata, perché le somme di riga e colonna non coincidono. A questo punto viene eseguito un bilanciamento (utilizzando una procedura ideata da Stone, Champernowne e Meade) che parte dai dati iniziali non bilanciati e da valori di affidabilità di questi dati: i dati iniziali vengono iterativamente aggiustati con una possibilità di oscillazione che dipende dalle affidabilità assegnate a ciascuno di essi. Il bilanciamento porta ad ottenere matrici in cui le somme di riga e colonna sono uguali e gli aggregati sono coerenti con i dati pubblicati dall'ISTAT nell'anno.

La SAM prodotta dall'IRPET per la provincia di Prato è costituita da 67 righe e colonne, articolate nelle seguenti classificazioni:

1. I settori produttivi sono suddivisi in 28 branche (come da tabella 4.6) che corrispondono alle suddivisioni settoriali della contabilità regionale dell'ISTAT; per alcune branche appositamente considerate è stata eseguita una suddivisione tra settore delle imprese cinesi e settore delle altre imprese.
2. I settori istituzionali (in tutto 6) sono distinti in famiglie consumatrici (cinesi⁴⁶ e non cinesi), imprese (costituite da famiglie produttrici⁴⁷, società e quasi società) distinte in cinesi⁴⁸ e non cinesi, istituzioni sociali private non a scopo di lucro al servizio delle famiglie (ISP) e pubblica amministrazione (PA).
3. Il resto del mondo è distinto in tre aree: il resto della Toscana, il resto d'Italia e l'estero; la distinzione in queste tre aree è adottata nella stima dei flussi di import/export, di spesa turistica e di flussi delle partite correnti ed in conto capitale.

Una forma sintetica della matrice di contabilità stimata per la provincia di Prato (senza separare i blocchi nelle diverse classificazioni) è mostrata in tabella 4.2:

⁴⁵ Sono metodi indiretti tutti quei metodi di stima che non usano un'indagine campionaria (o esaustiva) diretta, relativa ai flussi di contabilità intervistando famiglie, imprese ed enti pubblici, ma fanno uso di stime precedentemente elaborate per altri scopi ed in contesti differenti ed adottando ipotesi specifiche e relazioni econometriche per giungere alla stima oggetto di studio. Comunemente le metodologie indirette sono meno costose di quelle che fanno uso di indagini campionarie, con il limite di risultare più difficili da valutare nella loro affidabilità statistica.

⁴⁶ Sono considerate cinesi tutte le famiglie in cui almeno un componente ha cittadinanza cinese (con particolare riferimento al capo famiglia).

⁴⁷ Non si tratta di vere e proprie famiglie ma di una denominazione per indicare le imprese di piccole dimensioni che non possono essere considerate società o quasi società; fanno parte di questo settore istituzionale tutte le ditte individuali e le società semplici con meno di 5 dipendenti (per le imprese del settore finanziario il limite dei dipendenti scende ad 1).

⁴⁸ Sono considerate cinesi le imprese in cui l'imprenditore od almeno uno dei soci ha cittadinanza cinese.

Tabella 4.2 STRUTTURA A BLOCCHI DELLA MATRICE DI CONTABILITÀ SOCIALE DELLA PROVINCIA

| | Branche | Val. aggiunto | Consumi | Saldi | Trasferim. pagati | Esportazioni | Spesa interna dei turisti | Uscite in c/c | Flussi di reddito dall'esterno |
|---------------------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|------------------------|---------------------------|--------------|---------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| Branche produttrici | Scambi intersett. | 0.00 | Consumi interni | 0.00 | 0.00 | Export | 0.00 | Investimenti | 0.00 |
| Valore aggiunto e imposte | V.A. interno | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | V.A. in ingresso |
| Consumi interni | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | Consumi residenti | 0.00 | Spesa tur. in ingresso | 0.00 | 0.00 |
| Saldi | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | Saldo settori | 0.00 |
| Trasferimenti riscossi | 0.00 | Redditi primari | 0.00 | 0.00 | Trasferimenti correnti | 0.00 | 0.00 | 0.00 | Trasf. correnti in ingresso |
| Importazioni | Import | 0.00 | 0.00 | Saldo comm. | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Spesa turistica all'esterno | 0.00 | 0.00 | 0.00 | Saldo tur. | Spesa tur. in uscita | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Risparmio + entrate in conto capitale | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | Risparmio | 0.00 | 0.00 | Trasferimenti in conto cap. | Trasf. in conto cap. in ingresso |
| Flussi di reddito verso l'esterno | 0.00 | V.A. in uscita | 0.00 | Saldo partite correnti | Trasf. correnti in uscita | 0.00 | 0.00 | Trasf. in conto cap. in uscita | 0.00 |

Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

Scambi intersettoriali: Scambi di beni e servizi acquistati e venduti tra le branche produttrici (disaggregate secondo la classificazione della tabella 4.6, che evidenzia settori e gruppi etnici).

Consumi interni: Spesa per l'acquisto di beni e servizi da parte delle famiglie (cinesi e non), istituzioni sociali private non a scopo di lucro e pubblica amministrazione.

Export: Vendita di beni e servizi verso le altre province toscane, le altre regioni italiane e l'estero.

Investimenti: acquisti di immobili e beni strumentali per lo svolgimento dell'attività produttiva, a cui si aggiunge la variazione scorte e l'acquisizione meno cessione degli oggetti di valore, distinti per settore istituzionale proprietario e beni e servizi acquistati.

V.A. interno: valore aggiunto settoriale generato dalle unità produttive della provincia, distinto settorialmente.

V.A. ingresso: valore aggiunto in ingresso dal resto del mondo (resto Toscana, Italia ed estero).

Consumi residenti: acquisto di beni e servizi da parte delle famiglie residenti, distinte tra famiglie cinesi e non cinesi.

Redditi primari: attribuzione del valore aggiunto ai settori istituzionali locali (famiglie, imprese, istituzioni sociali private, pubblica amministrazione).

Trasferimenti correnti: trasferimenti correnti tra settori istituzionali (costituiti principalmente dalle prestazioni sociali, dai contributi sociali e dalle imposte dirette).

Trasferimenti correnti in ingresso: sono i trasferimenti correnti in ingresso dall'esterno (resto Toscana, Italia ed Estero).

Trasferimenti correnti in uscita: sono i trasferimenti correnti in uscita verso l'esterno (resto Toscana, Italia ed Estero).

Spesa turistica in ingresso: spesa turistica in ingresso per area di provenienza.

Spesa turistica in uscita: spesa turistica in uscita per area di destinazione (resto Toscana, Italia ed Estero).

Risparmio: risparmio distinto per settori istituzionali.

Trasferimenti in conto capitale: trasferimenti in conto capitale tra settori istituzionali; tra i principali figurano le imposte in conto capitale, imposte sull'eredità, condoni ed investimenti diretti tra settori istituzionali.

Trasferimenti in conto capitale in entrata: trasferimenti di denaro dall'esterno destinati all'acquisto di beni di investimento. Sono gli usuali IDE (Investimenti diretti esteri) che in questo caso si osservano anche per i flussi provenienti dalla Toscana e dall'Italia. Inoltre, in questo blocco vengono contabilizzati anche alcuni contributi europei all'investimento.

Trasferimenti in conto capitale in uscita: trasferimenti di denaro verso l'esterno, per l'acquisto di beni di investimento. Sono gli usuali IDE (Investimenti diretti esteri) che in questo caso si osservano anche per i flussi verso la Toscana e verso l'Italia. Specularmente al blocco precedente, in questo blocco della matrice vengono contabilizzate anche alcune imposte in conto capitale destinate alle istituzioni europee.

4.4 Analisi del sistema economico e del contributo della comunità cinese attraverso i conti provinciali estratti dalla SAM

La matrice SAM è costituita da blocchi che hanno un preciso significato economico e che ripercorrono tutto il circuito economico che dalla domanda finale porta ai conti della produzione e generazione del valore aggiunto, della distribuzione e redistribuzione del reddito, del consumo e del risparmio, dei trasferimenti in conto capitale e dell'indebitamento netto.

Nella SAM pratese stimata per etnie, oltre ai diversi aggregati di contabilità riferiti all'intero contesto economico provinciale, si introduce una distinzione tra quelli da attribuire alla comunità cinese rispetto al resto dei residenti sul territorio. Tale distinzione riguarda le unità produttive e le famiglie; una sintesi aggregata della matrice che contiene solo i flussi di domanda finale e produzione (classici per una tavola input-output) viene di seguito mostrata.

La matrice input-output (in Tab. 4.3) estratta dalla SAM offre moltissime informazioni descrittive sul funzionamento del sistema economico e delle interconnessioni tra imprese e famiglie, sia della comunità cinese che delle altre etnie (italiani compresi). Indicheremo con $T(i,j)$ i blocchi di coordinate di riga i e colonna j della matrice, indicandone il significato.

Tabella 4.3 MATRICE INPUT OUTPUT BI-ETNICA SEMPLIFICATA DEL 2010. Valori in milioni di euro

| | Imprese cinesi | Imprese non cinesi | Consumi famiglie cinesi | Consumi famiglie non cinesi | Spesa PA e ISP | Investim. famiglie ed imprese cinesi | Investim. resto economia | Esportaz. verso il resto d'Italia | Esportaz. resto del mondo | Totale di riga |
|-------------------------------|----------------|--------------------|-------------------------|-----------------------------|----------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|---------------------------|----------------|
| | 1 | | 2 | | 3 | 4 | | 5 | | 6 |
| Imprese cinesi | 376 | 704 | 18 | 188 | 13 | 5 | 65 | 936 | 767 | 3.072 |
| Imprese non cinesi | 1.072 | 4.571 | 139 | 2.613 | 1.319 | 115 | 1.346 | 2.802 | 1.378 | 15.355 |
| Valore aggiunto | 669 | 5.042 | | | | | | | | 5.711 |
| Imposte indirette nette | 15 | 116 | 16 | 352 | 3 | 5 | 63 | 0 | 18 | 588 |
| Importaz. dal resto d'Italia | 624 | 3.262 | | | | | | | | 3.886 |
| Importaz. dal resto del mondo | 315 | 1.660 | | | | | | | | 1.975 |
| Totale di colonna | 3.072 | 15.355 | 173 | 3.153 | 1.335 | 125 | 1.475 | 3.738 | 2.163 | |

Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

Il blocco T(1,1) rappresenta gli scambi intersettoriali tra unità produttive ossia l'ammontare di beni e servizi scambiati tra branche. Seguono a destra nel blocco T(1,2) i consumi finali delle famiglie (cinesi e non), i consumi della pubblica amministrazione ed istituzioni sociali private in T(1,3), gli investimenti in T(1,4) e le esportazioni in T(1,5). Il blocco T(2,1) è il valore aggiunto generato dalle imprese (distinte tra cinesi e non), tutta la riga 3 è costituita dalle imposte indirette nette sui prodotti, pagate sia per i costi intermedi (in colonna 1) che per le componenti di domanda finale (dalla colonna 2 alla 5). Il blocco T(4,1) rappresenta le importazioni dal resto d'Italia ed il blocco T(5,1) rappresenta le importazioni dal resto del Mondo.

Dalla matrice di contabilità sociale risulta possibile estrarre diverse tipologie di aggregati economici, sia distinti settorialmente (per branche produttrici o settori istituzionali) che in termini aggregati. Nelle tre tabelle di questo paragrafo mostreremo e descriveremo brevemente il conto risorse impieghi provinciale (Tab. 4.4), i dati settoriali di produzione, valore aggiunto, costi intermedi ed imposte indirette (Tab. 4.6) ed infine le esportazioni verso il resto d'Italia ed il resto del Mondo (Tab. 4.7).

Il conto risorse impieghi rappresenta una fotografia del sistema economico. È costituito da due sezioni: la parte delle risorse è costituita dal PIL che indica l'ammontare di reddito generato dal sistema e dalle importazioni (ossia l'ammontare dei beni e servizi provenienti dal resto del mondo). Nella sezione degli impieghi vengono mostrate le componenti di domanda finale che rappresentano l'ammontare di beni e servizi domandate dalle famiglie e dai turisti, l'ammontare di spesa della pubblica amministrazione e delle istituzioni sociali private senza scopo di lucro, l'ammontare degli investimenti (che in questo caso includono la variazione delle scorte) e l'ammontare delle esportazioni. Nel conto stimato l'ammontare di risorse e di impieghi andranno a coincidere.

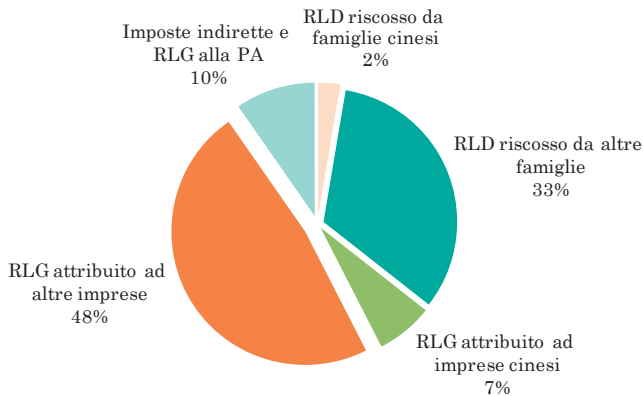
Tabella 4.4 CONTO RISORSE IMPIEGHI DELLA PROVINCIA PER GRUPPI ETNICI. 2010. Valori in milioni di euro

| | Valori | Quota |
|---|------------------|--------------|
| Prodotto interno lordo (comunità cinese) | 704,65 | 11,2% |
| Prodotto interno lordo (resto economia) | 5.594,38 | - |
| Importazioni dal resto d'Italia | 3.886,04 | - |
| Importazioni dal resto del Mondo | 1.975,02 | - |
| Risorse | 12.160,08 | - |
| Consumi famiglie (comunità cinese) | 172,73 | 5,2% |
| Consumi famiglie (resto economia) | 3.117,59 | - |
| Consumi turistici | 35,31 | - |
| Consumi pubblica amministrazione | 1.313,26 | - |
| Consumi Isp. | 21,56 | - |
| Investimenti (comunità cinese) | 124,56 | 7,8% |
| Investimenti (resto economia) | 1.474,59 | - |
| Esportazioni al resto d'Italia | 3.737,66 | - |
| Esportazioni al resto del Mondo | 2.162,83 | - |
| Impieghi | 12.160,08 | - |

Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

In base alle stime, il PIL provinciale ammonta a 6,29 miliardi, quello prodotto dalle imprese cinesi nella provincia ammonta a 704,5 milioni di euro (11,2% del totale). I consumi delle famiglie residenti sono pari a 3,32 miliardi, di cui i consumi delle famiglie cinesi sono pari a 172 milioni e corrispondono al 5,2% del totale dei consumi interni. Gli investimenti fissi lordi risultano pari a 1,6 miliardi, di cui quelli di imprese e famiglie cinesi risultano pari a 124,56 milioni (7,8% del totale).

Grafico 4.5 ATTRIBUZIONE DEL PIL PROVINCIALE NEL 2010



Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

Il PIL generato viene territorialmente distribuito a famiglie, imprese e pubblica amministrazione in termini di redditi da lavoro dipendente (RLD), di risultato lordo di gestione (RLG)⁴⁹ e di imposte indirette nette. Alle famiglie cinesi viene distribuito il 2%, alle imprese cinesi il 7%⁵⁰. Il 33% del PIL viene attribuito alle

⁴⁹ Aggregato costituito da un insieme di profitti di impresa, redditi da lavoro autonomo, interessi ed ammortamenti.

⁵⁰ Parte di questa componente sono redditi realizzati dalle imprese individuali; la maggior parte di questi viene riassegnata alla famiglia dell'imprenditore come reddito da capitale

famiglie non cinesi ed il 48% alle imprese non cinesi (in termini di RLG). Il 10% sono imposte indirette e una piccola parte di Risultato lordo di gestione attribuito alla pubblica amministrazione.

Oltre alla fotografia del sistema economico rappresentata dal conto risorse impieghi, risulta possibile osservare settorialmente l'ammontare di produzione, valore aggiunto, costi intermedi ed imposte indirette prodotte, distinguendo oltre ai settori anche le unità produttive cinesi dalle altre unità del contesto in analisi.

Tabella 4.6 PRODUZIONE E VALORE AGGIUNTO SETTORIALE PER GRUPPI ETNICI. 2010. Valori in milioni di euro

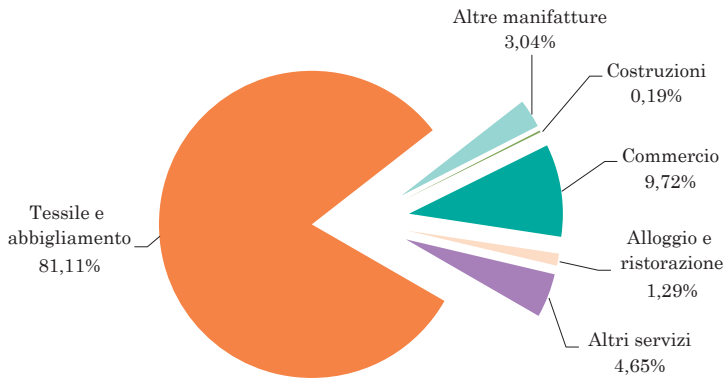
| Settori produttivi | Produzione | Valore aggiunto | Costi intermedi | Imposte indirette nette |
|---|---------------|-----------------|-----------------|-------------------------|
| Agricoltura, caccia e silvicoltura | 41 | 25 | 15 | 0 |
| Pesca, piscicoltura e servizi connessi | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Industria estrattiva | 6 | 4 | 2 | 0 |
| Industrie alimentari, bevande e tabacco | 96 | 16 | 80 | 0 |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle (comunità cinese) | 1.730 | 483 | 1.237 | 10 |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle (resto economia) | 1.820 | 468 | 1.341 | 11 |
| Industria del legno, della carta, editoria | 114 | 37 | 77 | 1 |
| Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche | 84 | 24 | 60 | 1 |
| Fabbricazione gomma, plastica e prodotti di minerali non metalliferi | 93 | 28 | 64 | 1 |
| Metallurgia, esclusi macchinari e attrezzature | 110 | 43 | 66 | 1 |
| Apparecchiature elettriche ed elettroniche, macchinari n.c.a | 426 | 132 | 292 | 2 |
| Fabbricazione di mezzi di trasporto | 34 | 4 | 30 | 0 |
| Fabbricazione di mobili; altre manifatture; riparazioni (comunità cinese) | 39 | 13 | 25 | 0 |
| Fabbricazione di mobili; altre manifatture; riparazioni (resto economia) | 164 | 60 | 103 | 1 |
| Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata | 263 | 137 | 123 | 2 |
| Fornitura di acqua; reti fognarie, trattamento rifiuti | 188 | 90 | 96 | 2 |
| Altre attività industriali (comunità cinese) | 26 | 9 | 17 | 0 |
| Costruzioni (comunità cinese) | 4 | 2 | 2 | 0 |
| Costruzioni (resto economia) | 869 | 295 | 568 | 6 |
| Commercio; riparazione di autoveicoli e motocicli (comunità cinese) | 207 | 94 | 110 | 3 |
| Commercio; riparazione di autoveicoli e motocicli (resto economia) | 1.142 | 584 | 541 | 17 |
| Trasporti e magazzinaggio | 758 | 323 | 424 | 11 |
| Servizi di alloggio e di ristorazione (comunità cinese) | 27 | 15 | 13 | 0 |
| Servizi di alloggio e di ristorazione (resto economia) | 263 | 149 | 112 | 2 |
| Servizi di informazione e comunicazione | 329 | 179 | 148 | 2 |
| Attività finanziarie e assicurative | 361 | 195 | 156 | 10 |
| Attività immobiliari (comunità cinese) | 40 | 24 | 16 | 0 |
| Attività immobiliari (resto economia) | 1.176 | 1.007 | 165 | 3 |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche | 488 | 262 | 220 | 5 |
| Attività amministrative e di servizi di supporto | 369 | 164 | 201 | 4 |
| Amministrazione pubblica | 380 | 261 | 108 | 12 |
| Istruzione | 330 | 278 | 46 | 6 |
| Sanità e assistenza sociale | 285 | 129 | 144 | 12 |
| Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento | 69 | 32 | 35 | 2 |
| Altre attività di servizi alla persona (comunità cinese) | 21 | 15 | 6 | 0 |
| Altre attività di servizi alla persona (resto economia) | 176 | 119 | 55 | 2 |
| Altri servizi (comunità cinese) | 38 | 15 | 23 | 1 |
| TOTALE | 12.566 | 5.711 | 6.723 | 131 |
| - totale comunità cinese | 2.132 | 669 | 1.448 | 15 |
| - totale resto economia | 10.433 | 5.042 | 5.275 | 116 |
| Quota % comunità cinese sul totale | 17,0% | 11,7% | 21,5% | 11,6% |

Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

In base alla matrice, la produzione delle imprese cinesi nella provincia risulta di circa 2,13 miliardi di euro (17% della produzione totale della provincia) ed il valore aggiunto è pari a circa 669 milioni (11,7% del totale provinciale). Il più basso livello in termini di quota del valore aggiunto rispetto alla quota della produzione è dovuto al fatto che la produzione cinese è concentrata in settori a basso contenuto di valore aggiunto.

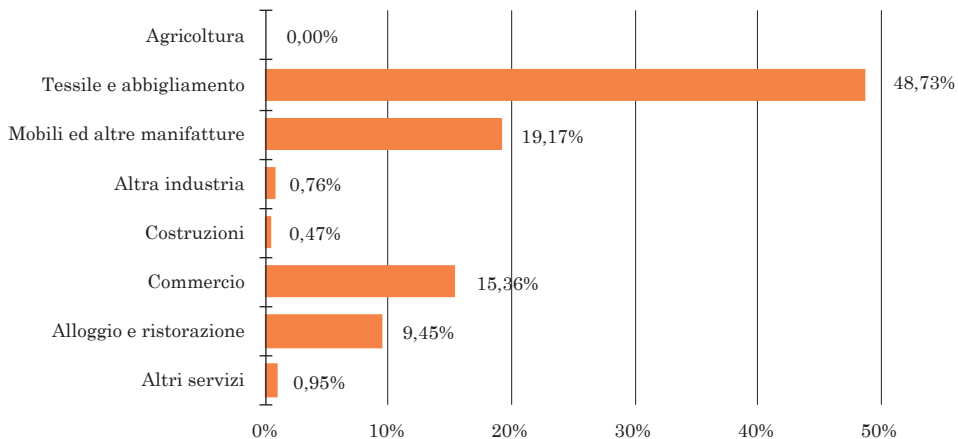
I settori produttivi delle imprese cinesi (Graf. 4.7) sono per ordine di importanza il settore tessile-abbigliamento (che rappresenta oltre l'81% della produzione delle imprese cinesi), il commercio (9,72%), gli altri servizi personali (4,65%), le altre manifatture (3,04%), il settore dell'alloggio e ristorazione (1,29%) e le costruzioni (0,19%).

Grafico 4.7 COMPOSIZIONE SETTORIALE DELLA PRODUZIONE DI IMPRESE CINESI



Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

Grafico 4.8 PERCENTUALE DI PRODUZIONE DELLE IMPRESE CINESI PER MACROSETTORE SUL TOTALE DELLA PRODUZIONE SETTORIALE



Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

Se osserviamo per ogni macrosettore il peso della produzione delle imprese cinesi sul totale della produzione settoriale, nel tessile e abbigliamento questa percentuale arriva al 49%, nei mobili ed altre manifatture al 19,17%, nel commercio al 15,36%, nell'alloggio e ristorazione a 9,45%, mentre gli altri settori risultano avere un'incidenza marginale. Altra informazione utile per verificare la plausibilità delle stime qui ottenute è rappresentata dalle esportazioni estere delle imprese cinesi.

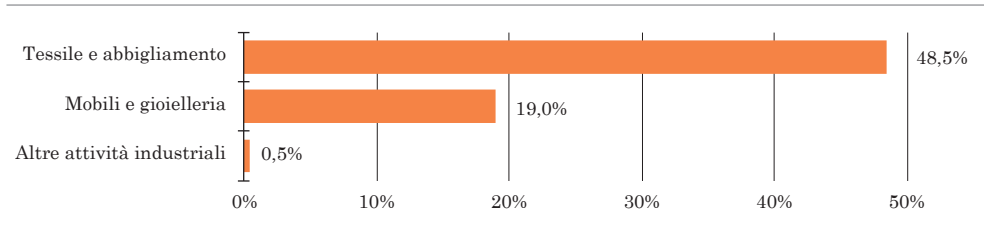
Tabella 4.9 ESPORTAZIONI SETTORIALI E PER GRUPPI ETNICI. 2010. Valori in milioni di euro

| Settori produttivi | Esportazioni verso il resto d'Italia | Esportazioni verso il resto del mondo |
|--|--------------------------------------|---------------------------------------|
| Agricoltura, caccia e silvicoltura | 29,8 | 3,3 |
| Pesca, piscicoltura e servizi connessi | 0,2 | 0,1 |
| Industria estrattiva | 1,9 | 0,9 |
| Industrie alimentari, bevande e tabacco | 76,9 | 12,9 |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle (comunità cinese) | 850,5 | 695,7 |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle (resto economia) | 897,6 | 739,7 |
| Industria del legno, della carta, editoria | 90,9 | 9,8 |
| Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche | 33,3 | 29,3 |
| Fabbricazione gomma, plastica e prodotti di minerali non metalliferi | 48,5 | 33,5 |
| Metallurgia, esclusi macchinari e attrezzature | 85,3 | 9,4 |
| Apparecchiature elettriche ed elettroniche, macchinari n.c.a | 265,5 | 103,8 |
| Fabbricazione di mezzi di trasporto | 6,4 | 17,1 |
| Fabbricazione di mobili; altre manifatture; riparazioni (comunità cinese) | 16,7 | 18,9 |
| Fabbricazione di mobili; altre manifatture; riparazioni (resto economia) | 72,3 | 80,9 |
| Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata | 1,8 | 0,0 |
| Fornitura di acqua; reti fognarie, trattamento rifiuti | 35,4 | 0,0 |
| Altre attività industriali (comunità cinese) | 16,5 | 4,9 |
| Costruzioni (comunità cinese) | 0,0 | 0,0 |
| Costruzioni (resto economia) | 4,7 | 1,6 |
| Commercio; riparazione di autoveicoli e motocicli (comunità cinese) | 31,2 | 45,5 |
| Commercio; riparazione di autoveicoli e motocicli (resto economia) | 150,4 | 232,5 |
| Trasporti e magazzinaggio | 309,2 | 27,4 |
| Servizi di alloggio e di ristorazione (comunità cinese) | 4,9 | 0,1 |
| Servizi di alloggio e di ristorazione (resto economia) | 46,4 | 1,3 |
| Servizi di informazione e comunicazione | 103,3 | 10,8 |
| Attività finanziarie e assicurative | 65,1 | 2,3 |
| Attività immobiliari (comunità cinese) | 6,3 | 0,5 |
| Attività immobiliari (resto economia) | 314,3 | 18,7 |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche | 32,9 | 19,0 |
| Attività amministrative e di servizi di supporto | 59,0 | 18,9 |
| Amministrazione pubblica | 0,2 | 0,1 |
| Istruzione | 26,2 | 0,2 |
| Sanità e assistenza sociale | 0,7 | 0,0 |
| Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento | 10,2 | 1,1 |
| Altre attività di servizi alla persona (comunità cinese) | 4,6 | 0,4 |
| Altre attività di servizi alla persona (resto economia) | 33,5 | 3,1 |
| Altri servizi (comunità cinese) | 5,3 | 0,8 |
| TOTALE | 4.098,7 | 2.314,2 |
| - totale comunità cinese | 935,9 | 766,8 |
| - totale resto economia | 3.162,8 | 1.547,5 |
| Quota % comunità cinese sul totale | 22,8% | 33,1% |

Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

Nel 2010 le esportazioni estere delle imprese cinesi risultano di circa 766,8 milioni, e rappresentano il 33,1% delle esportazioni complessive dalla provincia di Prato. Tali dati sono in linea con i coefficienti di esportazione settoriale sulla produzione osservata per il resto della Toscana.

Grafico 4.10 PERCENTUALE DI ESPORTAZIONI ESTERE DELLE IMPRESE CINESI PER SETTORE SUL TOTALE DELL'EXPORT SETTORIALE



Fonte: Stime ottenute dalla SAM provinciale 2010

La quota delle esportazioni da parte delle imprese cinesi sul totale delle esportazioni di beni risulta elevata, sia per la composizione settoriale (le imprese cinesi sono concentrate in settori manifatturieri ad alto coefficiente di export), sia perché si tratta di imprese caratterizzate, per loro stessa natura, da una maggiore internazionalizzazione: si passa dal 48,5% del settore tessile ed abbigliamento al 19,0% del settore mobili e gioielleria.

4.5 Dalla matrice al modello di impatto economico

Le matrici di contabilità mostrano parzialmente o totalmente i flussi esistenti tra soggetti del sistema economico in un anno. I singoli blocchi e le singole celle di tali matrici indicano livelli di specifici aggregati economici. Come tali, si prestano da un lato ad analisi descrittive dei sistemi economici stessi, dall'altro alla costruzione di modelli che legano tra loro questi aggregati.

Da anni l'IRPET, oltre alla costruzione delle matrici di contabilità, ha esteso gli strumenti di analisi e di modellistica ottenibili dalle matrici di contabilità partendo dalle loro forme elementari ed aggiungendo modelli via via più complessi.

I prodotti di modellistica più tradizionali sono senz'altro i modelli input-output realizzati da Vassily Leontief e chiamati per questo anche modelli leonteviani. Si tratta di modelli la cui forma ridotta più conosciuta è del tipo:

$$X=(I-A)^{-1}Y$$

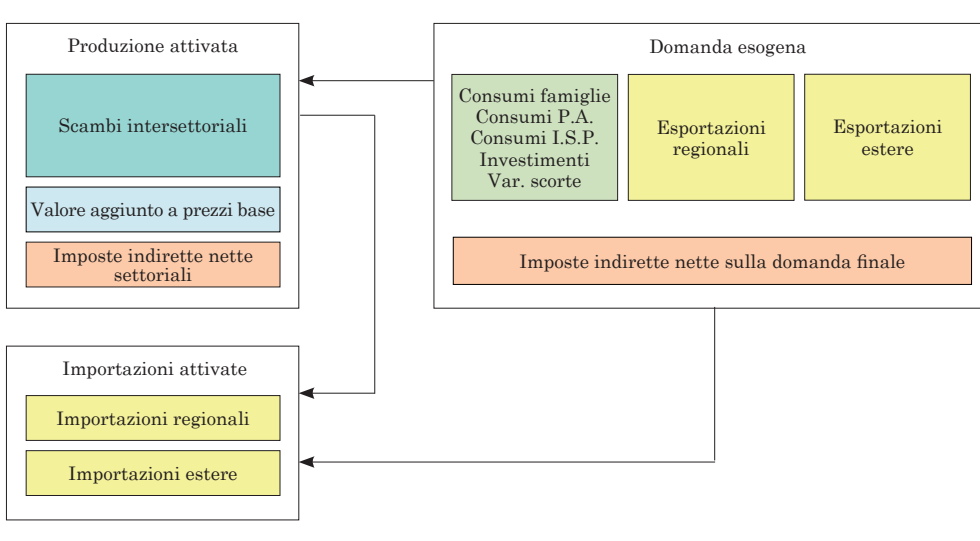
Dove X è il vettore di produzione settoriale (variabile endogena del modello), Y è il vettore di domanda finale (variabile esogena del modello) e $(I-A)^{-1}$ è la matrice inversa leonteviana (detta anche matrice leonteviana), con A matrice dei coefficienti tecnici della tavola input-output simmetrica. La dimensione dei vettori e della matrice inversa coinciderà con il numero di settori produttivi classificati nella matrice intersettoriale.

Chiaramente questa equazione parte dalle assunzioni più elementari della tavola: supposizione di una economia chiusa agli scambi con l'esterno (senza importazioni od esportazioni), mancanza di imposte indirette, di margini commerciali, di effetti indotti sui consumi delle famiglie. Via via che le matrici si sono riempite

di maggiori informazioni è stato possibile estendere i modelli intersettoriali, con specificazioni migliori in grado di descrivere più accuratamente il sistema economico di breve periodo.

I modelli input output uni-regionali prodotti dall'IRPET utilizzano le matrici simmetriche input-output uni-regionali e descrivono una parte del processo economico: quella che dalla domanda di beni e servizi porta alla loro importazione, alla produzione interna ed alla generazione del reddito (Fig. 4.11).

Figura 4.11 DESCRIZIONE DEL PROCESSO ECONOMICO IN UN ANNO TRAMITE LE MATRICI INPUT-OUTPUT



La simulazione permette di fissare le componenti esogene (vettori di domanda finale delle matrici simmetriche) e di determinare come conseguenza quelle endogene (Produzione, Valore aggiunto e Imposte indirette nette, Importazioni).

Le variabili esogene utilizzate per la valutazione non sono altro che vettori di domanda con tanti elementi quanti sono i settori della tavola input-output utilizzata per il modello (nel caso della provincia di Prato si tratta di 28 branche; in alcune di queste si distingue tra le imprese cinesi e le altre imprese del sistema). I risultati di impatto possono essere presentati in forma aggregata oppure settorialmente in termini di attivazione diretta, indiretta ed indotta.

Le tabelle del paragrafo 4.3 mostrano in termini descrittivi la quota di produzione, valore aggiunto, PIL, domanda finale interna ed esportazioni delle imprese cinesi sul totale dell'economia. Disponendo del modello input-output, che tiene conto delle interrelazioni esistenti tra le branche ed i settori istituzionali, è possibile vedere anche i contributi indiretti ed indotti di famiglie ed imprese cinesi al sistema economico.

In tabella 4.12 si mostra la quantità complessiva di poste del conto risorse impieghi che sono da attribuire direttamente ed indirettamente alle imprese e famiglie cinesi. Se non fosse presente la comunità di imprese e famiglie cinesi nella provincia di Prato e la domanda rivolta a tali imprese non fosse coperta da altri produttori locali, le diverse poste del conto risorse impieghi ovviamente si

ridurrebbero; per ogni voce, la dimensione di questa riduzione è indicata nell'ultima colonna della tabella 4.12.

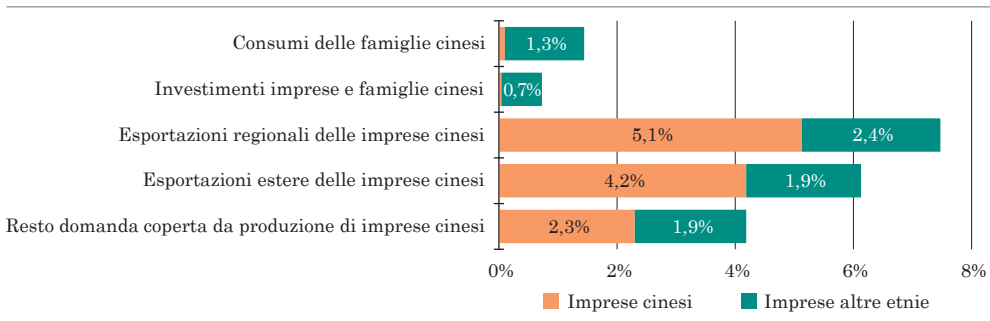
Tabella 4.12 ATTIVAZIONE DELLA DOMANDA FINALE COLLEGATA ALLA COMUNITÀ CINESE

| Conto risorse impieghi | Poste del conto risorse impieghi attivate da | | | | | | Quota sul totale economia |
|--|--|-------------------------------------|--|---------------------------------------|--|-------------------|---------------------------|
| | Consumi delle famiglie cinesi | Investim. imprese e famiglie cinesi | Esportaz. regionali delle imprese cinesi | Esportaz. estere delle imprese cinesi | Resto domanda coperta da produz. di imprese cinesi | Somma attivazioni | |
| <i>Valore aggiunto comunità cinese</i> | 5,5 | 1,4 | 292,3 | 238,5 | 131,3 | 669,0 | 100,0% |
| <i>Valore aggiunto resto economia</i> | 76,0 | 39,4 | 134,4 | 111,3 | 107,8 | 469,0 | 9,3% |
| Valore aggiunto totale | 81,56 | 40,83 | 426,68 | 349,82 | 239,15 | 1.138,0 | 19,9% |
| <i>Imposte indirette nette</i> | 16,99 | 5,26 | 9,31 | 120,58 | 141,78 | 293,9 | 33,2% |
| PIL | 98,54 | 46,09 | 435,99 | 470,40 | 380,93 | 1.432,0 | 21,7% |
| Import interregionale | 51,03 | 50,70 | 316,54 | 258,68 | 730,70 | 1.407,6 | 36,2% |
| Import estero | 23,16 | 27,76 | 183,41 | 150,49 | 375,04 | 759,9 | 38,5% |
| RISORSE | 172,73 | 124,56 | 935,94 | 879,57 | 1.486,67 | 3.599,5 | 28,9% |
| Domanda intermedia | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.189,40 | 1.189,4 | 0,0% |
| Spesa delle famiglie | 172,73 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 211,22 | 384,0 | 11,5% |
| Consumi della PA e ISP | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 13,03 | 13,0 | 1,0% |
| Investimenti lordi | 0,00 | 124,56 | 0,00 | 0,00 | 73,01 | 197,6 | 12,4% |
| Export interregionale | 0,00 | 0,00 | 935,94 | 0,00 | 0,00 | 935,9 | 25,0% |
| Export estero | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 879,57 | 0,00 | 879,6 | 35,8% |
| IMPIEGHI | 172,73 | 124,56 | 935,94 | 879,57 | 1.486,67 | 3.599,5 | 28,9% |

Fonte: Stime calcolate tramite modello Input-Output

Se non vi fosse la comunità cinese il PIL della provincia di Prato risulterebbe più basso del 21,7%, il valore aggiunto delle imprese non cinesi si ridurrebbe del 9,3%, mentre le importazioni regionali ed estere si ridurrebbero rispettivamente del 36,2% e 38,5%.

Grafico 4.13 QUOTA DEL PIL PROVINCIALE ATTIVATA DALLA DOMANDA FINALE RELATIVA ALLA COMUNITÀ CINESE



Fonte: Stime calcolate tramite modello Input-Output

Il contributo complessivo della comunità è la somma dei contributi di singole componenti di domanda che esistono perché esiste la comunità cinese a Prato. Secondo i risultati mostrati nel grafico 4.13, fatto 100 il valore aggiunto (VA) complessivo della provincia di Prato, i consumi delle famiglie ne attivano complessivamente l'1,4% di cui lo 0,1% realizzato dalle imprese cinesi e l'1,3% dalle altre imprese. Gli investimenti delle imprese e famiglie cinesi attivano lo 0,7%

del PIL tutto realizzato dalle imprese non cinesi. Le esportazioni regionali delle imprese cinesi attivano un valore aggiunto provinciale pari al 7,5% del valore aggiunto pratese (di cui il 5,1% realizzato da imprese cinesi e 2,4% realizzato dal resto dell'economia). Le esportazioni estere delle imprese cinesi attivano complessivamente un valore aggiunto di 349,8 milioni di euro pari al 6,1% del VA pratese (di cui il 4,2% generato dalle imprese cinesi e l'1,9% generato dal resto dell'economia). Il resto della domanda⁵¹ (intermedia e finale) contribuisce infine per il 4,2% al VA provinciale, di cui il 2,3% ricavato dalle imprese cinesi e l'1,9% dalle imprese di altre etnie.

In tabella 4.14 possiamo osservare anche la distribuzione settoriale del contributo diretto ed indiretto della comunità cinese.

Tabella 4.14 ATTIVAZIONE DELLA DOMANDA FINALE COLLEGATA ALLA COMUNITÀ CINESE

| Valore aggiunto | Valore aggiunto attivato da | | | | | Somma attivazioni | Quota sul totale |
|--|-------------------------------|-------------------------------------|--|---------------------------------------|--|-------------------|------------------|
| | Consumi delle famiglie cinesi | Investim. imprese e famiglie cinesi | Esportaz. regionali delle imprese cinesi | Esportaz. estere delle imprese cinesi | Resto domanda coperta da produz. di imprese cinesi | | |
| Agricoltura, caccia e silvicoltura | 0,11 | 0,01 | 0,48 | 0,38 | 0,16 | 1,1 | 4,5% |
| Pesca, piscicoltura e servizi connessi | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,0 | 0,0% |
| Industria estrattiva | 0,02 | 0,02 | 0,14 | 0,11 | 0,07 | 0,4 | 8,2% |
| Industrie alimentari, bevande e tabacco | 0,04 | 0,00 | 0,04 | 0,03 | 0,02 | 0,1 | 0,9% |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle (comunità cinese) | 0,37 | 0,05 | 249,30 | 203,94 | 29,15 | 482,8 | 100,0% |
| Industrie tessili, abbigliamento e articoli in pelle (resto economia) | 0,14 | 0,04 | 10,51 | 8,60 | 2,28 | 21,6 | 4,6% |
| Industria del legno, della carta, editoria | 0,08 | 0,04 | 0,17 | 0,15 | 0,09 | 0,5 | 1,4% |
| Cokerie, raffinerie, chimiche, farmaceutiche | 0,06 | 0,03 | 0,59 | 0,49 | 0,25 | 1,4 | 6,0% |
| Fabbricazione gomma, plastica e prodotti di minerali non metalliferi | 0,03 | 0,07 | 0,24 | 0,20 | 0,09 | 0,6 | 2,2% |
| Metallurgia, esclusi macchinari e attrezzature | 0,07 | 0,13 | 0,16 | 0,12 | 0,07 | 0,5 | 1,3% |
| Apparecchiature elettriche ed elettroniche, macchinari n.c.a | 0,12 | 1,16 | 0,33 | 0,28 | 0,19 | 2,1 | 1,6% |
| Fabbricazione di mezzi di trasporto | 0,01 | 0,05 | 0,02 | 0,02 | 0,02 | 0,1 | 3,1% |
| Fabbricazione di mobili; altre manifatture; riparazioni (comunità cinese) | 0,02 | 0,03 | 5,83 | 6,59 | 1,00 | 13,5 | 100,0% |
| Fabbricazione di mobili; altre manifatture; riparazioni (resto economia) | 0,06 | 0,15 | 0,07 | 0,06 | 0,04 | 0,4 | 0,6% |
| Fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata | 0,93 | 0,42 | 13,82 | 11,41 | 5,97 | 32,6 | 23,7% |
| Fornitura di acqua; reti fognarie, trattamento rifiuti | 1,34 | 0,22 | 5,65 | 4,61 | 2,31 | 14,1 | 15,8% |
| Altre attività industriali (comunità cinese) | 0,01 | 0,02 | 5,82 | 1,77 | 1,34 | 9,0 | 100,0% |
| Costruzioni (comunità cinese) | 0,00 | 0,07 | 0,01 | 0,01 | 1,65 | 1,7 | 100,0% |
| Costruzioni | 0,38 | 14,88 | 1,60 | 1,32 | 1,08 | 19,3 | 6,5% |
| Commercio; riparazione di autoveicoli e motocicli (comunità cinese) | 2,12 | 0,83 | 18,01 | 23,81 | 49,35 | 94,1 | 100,0% |
| Commercio; riparazione di autoveicoli e motocicli | 6,86 | 4,84 | 21,37 | 17,66 | 8,16 | 58,9 | 10,1% |
| Trasporti e magazzinaggio | 3,03 | 1,13 | 10,91 | 9,04 | 5,79 | 29,9 | 9,3% |
| Servizi di alloggio e di ristorazione (comunità cinese) | 0,38 | 0,06 | 2,98 | 0,42 | 10,66 | 14,5 | 100,0% |

⁵¹ Si è fatto in questo caso l'ipotesi se non vi fossero le imprese cinesi tale domanda sparirebbe e non sarebbe coperta dalla produzione locale di altre imprese autoctone.

Tabella 4.14 *Segue*

| Valore aggiunto | Valore aggiunto attivato da | | | | | | Somma attivazioni | Quota sul totale |
|--|-------------------------------|-------------------------------------|--|---------------------------------------|--|----------------|-------------------|------------------|
| | Consumi delle famiglie cinesi | Investim. imprese e famiglie cinesi | Esportaz. regionali delle imprese cinesi | Esportaz. estere delle imprese cinesi | Resto domanda coperta da produz. di imprese cinesi | | | |
| Servizi di alloggio e di ristorazione (resto economia) | 2,61 | 0,57 | 4,01 | 3,33 | 2,77 | 13,3 | 8,9% | |
| Servizi di informazione e comunicazione | 1,65 | 1,85 | 5,50 | 4,58 | 3,66 | 17,2 | 9,6% | |
| Attività finanziarie e assicurative | 3,28 | 0,95 | 8,38 | 6,77 | 6,03 | 25,4 | 13,1% | |
| Attività immobiliari (comunità cinese) | 1,51 | 0,22 | 3,80 | 0,32 | 17,95 | 23,8 | 100,0% | |
| Attività immobiliari (resto economia) | 44,58 | 10,32 | 17,78 | 15,14 | 12,86 | 100,7 | 10,0% | |
| Attività professionali, scientifiche e tecniche | 2,29 | 1,17 | 17,36 | 14,46 | 8,77 | 44,0 | 16,8% | |
| Attività amministrative e di servizi di supporto | 1,39 | 0,76 | 10,06 | 8,32 | 5,60 | 26,1 | 16,0% | |
| Amministrazione pubblica | 0,11 | 0,03 | 0,36 | 0,30 | 0,14 | 0,9 | 0,4% | |
| Istruzione | 2,08 | 0,14 | 1,72 | 1,43 | 0,97 | 6,3 | 2,3% | |
| Sanità e assistenza sociale | 0,19 | 0,01 | 0,05 | 0,04 | 0,04 | 0,3 | 0,3% | |
| Attività artistiche, di intrattenimento e divertimento | 0,42 | 0,09 | 1,17 | 0,96 | 0,64 | 3,3 | 10,3% | |
| Altre attività di servizi (comunità cinese) | 0,99 | 0,05 | 3,46 | 0,49 | 9,74 | 14,7 | 100,0% | |
| Altre attività di servizi (resto economia) | 4,15 | 0,37 | 1,90 | 1,55 | 0,79 | 8,8 | 7,4% | |
| Altri servizi (comunità cinese) | 0,12 | 0,10 | 3,07 | 1,14 | 10,50 | 14,9 | 100,0% | |
| TOTALE | 81,56 | 40,83 | 426,68 | 349,82 | 239,15 | 1.138,0 | 19,9% | |
| - totale comunità cinese | 5,5 | 1,4 | 292,3 | 238,5 | 131,3 | 669,0 | 100,0% | |
| - totale resto economia | 76,0 | 39,4 | 134,4 | 111,3 | 107,8 | 469,0 | 9,3% | |
| Quota % comunità cinese sul totale | 6,8% | 3,5% | 68,5% | 68,2% | 54,9% | 58,8% | | |

Fonte: Stime calcolate tramite modello Input-Output

I settori “autoctoni” che si avvantaggiano maggiormente della presenza di imprese e famiglie cinesi sono, nell’ordine: quello della distribuzione di energia elettrica, il cui valore aggiunto attivato grazie alla presenza della comunità cinese risulta il 23% del totale provinciale, quello delle attività professionali (16,8%), quello delle attività amministrative (16,0%), quello della fornitura di acqua, reti fognarie e trattamento dei rifiuti (15,8%), quello delle attività finanziarie ed assicurative (13,1%) e del commercio (10,1%).

4.6 Valutazione economica delle politiche provinciali

È arduo valutare lo sviluppo economico dell’area fotografata dalla Matrice di contabilità sociale: le variabili determinanti di questo sviluppo sono molte, complesse ed interagiscono tra loro. Tenuto conto delle prospettive di evoluzione del prevalente settore economico della provincia pratese (quello del tessile e dell’abbigliamento) possiamo ipotizzare uno scenario con le seguenti caratteristiche:

1. Accrescimento tecnologico e qualitativo dell’intero settore moda con un aumento della qualità (e del prezzo) dei prodotti.
2. Riduzione della produzione locale di semilavorati e conseguente aumento dell’importazione dei prodotti dall’estero (in particolare dalla Cina).
3. Aumento della domanda di servizi intermedi accessori all’attività del settore, come i servizi di marketing, commercializzazione, ricerca e sviluppo.

4. Aumento dell'export verso UE ed USA.
5. Adeguamento delle imprese cinesi agli standard qualitativi ed economici delle imprese italiane.

La SAM potrebbe essere usata come strumento di valutazione economica di questi scenari, a condizione di poter quantificare in termini di domanda (intermedia e finale) le ipotesi sopra esposte. La SAM stimata relativa al 2010 sarà considerata valore benchmark dei flussi annuali dell'economia provinciale: modificando il livello di alcune componenti esogene della SAM possiamo vedere l'effetto economico dei cambiamenti in termini differenziali rispetto al benchmark. In tabella 4.15 indichiamo l'equivalenza tra scenari esposti e le variazioni percentuali (rispetto al benchmark) di alcune componenti di domanda rappresentata.

Tabella 4.15 IPOTESI DI EVOLUZIONE DEL SETTORE "TESSILE E ABBIGLIAMENTO" (T&A) E MODIFICA DELLE VARIABILI ESOGENE NELLA SAM

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Accrescimento tecnologico e qualitativo dell'intero settore moda con un aumento della qualità (e del prezzo) dei prodotti. | Aumento degli investimenti in macchinari e attrezzature del settore T&A dell'1% rispetto al valore attuale. |
| | | Aumento degli investimenti in ricerca e sviluppo del settore T&A dell'1% rispetto al valore attuale. |
| 2 | Riduzione della produzione locale di semilavorati e conseguente aumento dell'importazione dei prodotti dall'estero (in particolare dalla Cina). | Aumento del coefficiente di importazione (rapporto tra importazioni e domanda totale interna) di prodotti del settore T&A di 1 punto percentuale. |
| | | Aumento dei prezzi delle esportazioni del settore T&A dell'1% rispetto al prezzo attuale. |
| 3 | Aumento della domanda di servizi intermedi accessori all'attività del settore come i servizi di marketing, commercializzazione, ricerca e sviluppo. | Aumento del coefficiente tecnico dei servizi alle imprese (domanda di servizi alle imprese su produzione) del settore T&A di 1 punto percentuale. |
| | | Aumento della quota di valore aggiunto (valore aggiunto su produzione) del settore T&A di 1 punto percentuale, riduzione conseguente degli altri coefficienti tecnici. |
| 4 | Aumento dell'export verso l'UE ed USA. | Aumento reale (al netto dei prezzi) delle esportazioni di prodotti del settore T&A dell'1%. |
| 5 | Adeguamento delle imprese cinesi agli standard qualitativi ed economici delle imprese italiane. | Aumento del costo del lavoro delle imprese cinesi del settore, un allineamento dell'imposizione fiscale e contributiva a quello delle imprese italiane che incide negativamente sul reddito e quindi sui consumi indotti. |

Ad eccezione del 5° scenario tutti gli altri prevedono variazioni unitarie (dell'1% rispetto al valore attuale o di un punto percentuale del coefficiente corrispondente), questo perché non possiamo prevedere su basi scientifiche l'evoluzione che le variabili avranno: ponendole pari ad 1 possiamo (con l'uso del modello di simulazione basato sulla SAM stimata) calcolare l'elasticità di ciascuna sul prodotto interno lordo (PIL) e sulle unità di lavoro (ULA) che corrisponde alla variazione percentuale che queste due variabili avranno in funzione della variazione percentuale unitaria di ciascuna delle variabili esogene (modificate secondo la tabella 4.15). Il 5° differisce dagli altri perché in tal caso l'ipotesi consiste nell'allineare la pressione contributiva e quella fiscale allo stesso livello delle altre imprese riducendo le quote di irregolarità lavorativa e fiscale. I risultati (in termini di elasticità) si possono osservare nelle ultime due colonne della tabella 4.16.

Le valutazioni mostrate in tabella 4.16 indicano la variazione assoluta e relativa del PIL e dell'occupazione della provincia di Prato modificando le variabili di domanda in funzione degli scenari ipotizzati in tabella 4.15. Conoscendo con affidabilità una variazione percentuale di una delle variabili esogene possiamo stimarne gli effetti su PIL ed ULA moltiplicando semplicemente la variazione stimata

per il dato delle elasticità poste nelle ultime colonne della tabella 4.16: ad esempio supponendo di sapere che le esportazioni del settore tessile cresceranno del 20% potremo moltiplicare il valore 20 per le elasticità 0,18 e 0,17 (4° riga della tabella 4.16) ed otterremo una stima della crescita del PIL e delle ULA dovuta a tale incremento delle esportazioni (rispettivamente 3,6% e 2,4%). Lo stesso tipo di calcolo potrebbe essere fatto per tutte le variabili esogene ipotizzate.

Tabella 4.16 VALUTAZIONE DI CRESCITA LEGATA ALLE IPOTESI DI SVILUPPO DELLA PROVINCIA

| | Aumento di PIL in milioni di euro | Aumento di ULA in unità | Variazione % di PIL | Variazione % di ULA |
|--|--------------------------------------|----------------------------|------------------------|------------------------|
| Investimenti in macchinari e attrezzature (1% dell'attuale valore) | 0,03 | 0,33 | 0,00% | 0,00% |
| Investimenti in ricerca e sviluppo (1% del valore attuale) | 0,90 | 12,75 | 0,03% | 0,03% |
| Aumento coefficiente import tessile e abbigliamento di 1 punto percentuale | -2,28 | -54,50 | -0,05% | -0,05% |
| Aumento delle esportazioni (1% dell'attuale valore) | 10,43 | 168,00 | 0,18% | 0,17% |
| Aumento coeff. tecnico dei servizi alle imprese di 1 punto percentuale e riduzione degli altri coefficienti tecnici | 10,33 | 380,00 | 0,18% | 0,39% |
| Aumento del coeff. di valore aggiunto di 1 punto percentuale e riduzione dei coefficienti tecnici | 26,85 | -141,83 | 0,47% | -0,15% |
| Aumento reale delle esportazioni (1% dell'attuale valore) | 10,43 | 168,00 | 0,17% | 0,17% |
| Riduzione dei consumi indotti per l'incremento effettivo della contribuzione e tassazione (portato al livello del resto dell'economia) | -27,00 | -215,00 | -0,50% | -0,20% |

普拉托华人企业的跨国贸易关系以及他们对当地经济所做的贡献



IRPET Istituto Regionale
Programmazione
Economica
della Toscana

作者:

Gabi Dei Ottati - 佛罗伦萨大学 Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa (经济和企业科学系) (第一章)

Ivana Acocelli 和 *Cecilia Manzo* - 佛罗伦萨大学 Dipartimento di Scienze politiche e sociali (社会政治科学系) (第一章第六节) 张一力 - 温州大学商学院 (第二章)

Stefano Rosignoli - IRPET 和 *Paola Biasi* - 佛罗伦萨大学 Dipartimento di Scienze per l'Economia e l'Impresa 经济和企业科学系) (第三章)

协调:

Stefano Casini Benvenuti - IRPET 院长

Sonia Soldani - 普拉托省经济发展和服务提升部门总经理

Cristina Corezzi - 普拉托省经济发展部门官员

编辑:

Elena Zangheri - IRPET

感谢以下机构提供的支持:

普拉托商会

普拉托市政警察

Publicacqua S.p.A. 公司

封面图:

照片: *Cristina Corezzi* (普拉托省政府), 图像编辑: *Grazia Cadeddu* (IRPET)

本书是由普拉托省政府 *Osservatorio sul sistema economico distrettuale e dell'Osservatorio economico provinciale* 提供资金赞助

ISBN 978-88-6517-065-6

© IRPET, 佛罗伦萨2015年

目录

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 前言 | 97 |
| 1. 普拉托中国移民企业近代化与国际化的融合 | 99 |
| 1.1 研究背景 | 99 |
| 1.2 经验探索 | 100 |
| 1.3 普拉托中国移民企业的近代化 | 100 |
| 1.4 创新的原因和影响 | 106 |
| 1.5 趋向一体化? | 108 |
| 1.6 利用焦点访谈(FG)技术分析普拉托中国移民 | 111 |
| 2. 区域性产业集群网络演化: 来自普拉托和温州服装产业集群的比较研究 | 115 |
| 2.1 引言 | 115 |
| 2.2 普拉托与温州服装集群的基本情况 | 115 |
| 2.3 普拉托和温州服装集群的演化过程 | 119 |
| 2.4 普拉托和温州服装集群发展的网络演化解释 | 124 |
| 2.5 普拉托快时尚产业集群演化中出现的问題 | 132 |
| 2.6 温州服装产业集群演化的经验和教训 | 134 |
| 2.7 优化普拉托服装产业集群网络的对策与建议 | 135 |
| 3. 区域性产业集群网络演化: 来自普拉托和温州服装产业集群的比较研究 | 137 |
| 3.1 引言 | 137 |
| 3.2 普拉托与温州服装集群的基本情况 | 137 |
| 3.3 普拉托和温州服装集群的演化过程 | 141 |
| 3.4 普拉托和温州服装集群发展的网络演化解释 | 146 |
| 3.5 普拉托快时尚产业集群演化中出现的问題 | 154 |
| 3.6 温州服装产业集群演化的经验和教训 | 156 |
| 3.7 优化普拉托服装产业集群网络的对策与建议 | 157 |
| 4. 普拉托经济系统的详细调查及社会核算矩阵 | 159 |
| 4.1 什么是社会核算矩阵(SAM) | 159 |
| 4.2 基于SAM的经济系统描述 | 160 |
| 4.3 通过社会核算矩阵分析普拉托中国移民对当地经济的贡献 | 161 |
| 4.4 从社会核算矩阵分析中国移民企业的经济贡献 | 166 |
| 4.5 对普拉托省经济政策的评价 | 169 |
| 参考书目 | 171 |

前言

根据目前已有的数据来看，普拉托中国移民企业的发展趋势及其与中国国内的贸易往来已经成为影响普拉托经济发展的重要因素。这是由 IRPET 发起的第二次调查。在 2015 年，普拉托省将与经济研究中心保持更加紧密的合作，首先要从改善中国移民与其他民族之间的关系入手，推动普拉托的经济发展。

2014 年的调查表明，有将近 5000 个中国移民企业在生产产品的同时创造了大量的衍生需求。而这份报告中的数据会进一步揭示：普拉托省地区生产总值（GDP）中有 7.05 亿欧元是由中国移民企业贡献的，占到地区生产总值的 11%，而在投资领域中只占 8%。此外，中国移民家庭的消费已经达到 1.72 亿欧元，占消费总量的 5.2%。

显然，这是一组令人惊讶的数字，普拉托人口中 9% 的中国移民创造了地区生产总值的 11%。现实与预期的差距再次说明中国移民在当地所创造的经济价值日趋显著，足已影响普拉托的经济发展态势。

本项研究将构建一个系统的分析框架，并展示已有的研究成果。抓住发展机遇，巩固普拉托在历史上的欧洲纺织品中心的地位，在合作和竞争中实现一个全新的平衡，这将是未来发展的大势所趋。

实现上述构想需要采用多元化的战略举措，随着产品质量的提升，以及中国移民企业与温州本土的经济联系日益密切，中国移民企业将会对普拉托经济发展趋势产生越来越大的影响力。这是一次全新的改革，经济一体化的杠杆只有在全社会的支持与参与下才能够得以实现。

Matteo Biffoni

普拉托省省长

1.

普拉托中国移民企业的近代化与国际化的融合

1.1 研究背景

在上世纪 80 年代，大量来自浙江温州地区的中国移民开始陆续到达普拉托，在很短的时间内，普拉托成为有别于欧洲其他城市的、中国移民高度聚集的集聚地。

华人移民研究已经成为相对成熟的研究领域 (Barbu *et al.*, 2013; Berti, Pedone, Valzania, 2013; Bracci, 2009; Ceccagno, 2003 至 2004; Ceccagno 和 Rastrelli, 2008; Colombi, 2002; Dei Ottati, 2013a; Johanson *et al.*, 2010; Marsden 和 Caserta, 2010; Pieraccini, 2008, 2010)，尤其是针对国际金融危机之后的华人移民发展趋势的文献，能够对普拉托中国移民企业近代化的发展演变过程提供借鉴。在上个世纪的最后十年，普拉托中国移民的数量迅速增加，普拉托注册居民从 1990 年的 520 人增加至 2001 年的 4806 人；此后，越来越多的纺织服装企业开始涌入意大利，加入本地华人商会的时尚服装企业从 1992 年的 210 家上升到 2001 年的 1201 家。此后的十年中，更多的中国移民具备创业的知识 and 资历，在移民网络的基础上开始自力更生，创办了大量的中小企业，并将快时尚服装销售给批发商和零售商甚至转向中国发展。中国移民企业的迅速创立促使普拉托省的相关企业实现了更快的发展，普拉托省中国企业的数量从 2001 年的 1499 家增加到 2010 年的 4840 家。

在新世纪的第一个十年中，由于普拉托纺织产业区未能及时适应竞争环境的变化，正遭受着前所未有的危机，全球化带来的纺织品贸易自由化的国际竞争，新兴国家如中国等大型市场的发展，欧元兑美元的升值，迫使普拉托不得不关闭、削减产品线以应对日益不确定的市场需求。在 2001 年至 2011 年之间普拉托省的出口额以及相关的企业数量和员工数量相应下降了 50% 左右。

学者们针对中国服装企业在普拉托的发展历程提供了不同的解释 (Dei Ottati, 2013b)，然而，中国移民服装企业在发展的同时也导致普拉托纺织业危机的进一步蔓延，这一压力促使当地居民和移民之间的关系愈加复杂。在滋生社会不安定隐患的同时，还阻碍了普拉托中国企业的发展，也间接地导致普拉托经济整体竞争环境的恶化。

本研究的目的是探讨普拉托中国移民企业的近期发展态势，从商业活动、产品以及他们之间的关系展开，特别是关注其在开展商业活动中与同胞（普拉托的华人以及欧洲其他国家的海外华人）、与意大利各族裔之间的关系，了解普拉托华人企业的成长及其与其他民族间的合作及商业扩张。由于移民的企业已占企业总数的 17%（普拉托卡塞塔省和马斯登，2014 年，第 7 页），本研究能够帮助普拉托政府反思如何制定有效的政治经济举措，提高经济和社会的包容性。过去的十年中普拉托中国移民企业对本地经济发展的影响力不断加大，了解普拉托中国企业当前的创业历程，适时采取必要的措施，可以促进其更好的发展。

本章安排如下：1.2 节主要介绍本章采用的实证研究方法；1.3 节主要介绍研究成果及其突破；1.4 节将分析近代化的成因和国际化的进化过程；1.5 节将对普拉托中国移民企业的未来发展做出前瞻性的思考。

1.2 经验探索

本研究在对中国企业家进行访谈的基础上，探讨现阶段普拉托中国企业组织内部和外部的关系，包括其提供的商品和服务的分包关系，与本地和其他地域销售企业及其他企业的关系。

2013 年夏天¹在普拉托进行了五次访谈，2014 年又进行了 10 次类似访谈（4 月和 11 月之间）。每个采访持续了一个多小时，并进行了记录和转录。访谈涉及 8 个时装企业，其中包含了 2 个纺织企业，1 个印染厂，2 个进口和批发企业，2 个分包企业与 1 个餐饮企业。除了一个分包商，所有其他地区的受访者均来自温州。他们中的大多数企业家在普拉托居住约 20 年，属于生长在普拉托的第二代年轻人。

普拉托的中国企业家对外界访谈一贯谨慎，尤其是对意大利人不太信任，本项研究出于学术目标，通过与潜在的访谈对象建立信任关系，最终确定参加访谈的研究对象。两次访谈均是在专业人士的介绍下完成，尤其是 2014 年春夏的访谈，均是在温州大学商学院院长张一力教授的推荐下完成²。考虑到采访对象的代表性和研究的可行性，本项研究以丰富的信息收集为基础，通过对在普拉托生长的第二代中国年轻企业家的访谈，以验证结论的有效性³。

1.3 普拉托中国移民企业的近代化

访谈分为 4 部分。第一部分采访一个移民家庭的创业故事。第二部分是对目前移民企业活动路径的梳理：询问创业型企业的员工人数，工作类型，员工之间、不同家庭之间的交流是否涉及意大利或其他民族，是否将部分工作委托给外部企业。外部企业属于中国人或意大利人，还需进一步了解有多少的专业服务供应商、使用半成品等的数量、类型、位置和客户的国籍。第三部分涉及特定的企业家与中国的关系。最后，由于近年来普拉托居民与中国移民之间的紧张关系再加上由于经济危机，普拉托的中国移民的回国意愿仍在增长，而受访者认为他们家庭的未来以及他们如何能融入经济社会仍将是挑战。

在上世纪 90 年代初，大量中国移民开始进入普拉托，获得当地居留许可并开始工作，并在随后的十年中，发展成为制造商并创立了自己的企业。本节的第一部分针对普拉托中国移民企业家的访谈验证了这一发展趋势，第二和第三部分的分析为普拉托中国移民企业的行为以及企业演进提供证据。

¹ 这些为 Guercini Milanesi 和 Dei Ottati 在 2013 年的初步采访结果。

² 感谢普拉托 CNA 的副会长和普拉托中国移民企业提供的帮助，并且感谢普拉托的时尚企业家给予我们介绍了两个中国移民分包商。

³ 该主题请查看 Ivana Acoivana Acocella 和 Cecieclia Manzo 在 1.6 中的描述。

1.3.1 移民企业的多样化价值分工

早期的普拉托中国移民企业极其相似，一般建立在亲缘关系的基础上（丈夫，妻子和亲戚的熟人），多从事生产、包装等领域。随后，移民企业在时尚服装价值链的各个环节都存在多样化的分工，加入普拉托商会的中国企业中，从事制造业的企业数量不断上升，特别是纺织印染，印刷等行业。然而，最明显的增加集中在进出口贸易、批发和零售贸易、餐饮⁴以及房地产（表 1.1）。尽管我们的调查也证实，移民企业的多元化最初仅仅是为合作伙伴之间准备原辅材料，慢慢渗透至价值链的各个环节。如，食品批发商，进口商（不同的纱线，织物，纺织，针织），设备采购以及人力资源管理。此外，分析还发现一些中国企业家的投资分布规律，不仅涉及购买服装连锁店，逐渐还在食品、通信等其他领域也有所建树。

表1.1 普拉托中国企业的经济活动分布（截至到31/12.2013）

| 经济活动企业 | Imprese | |
|----------------|---------|--------|
| | 企业数 | 百分比% |
| 农业，林业和渔业 | 9 | 0.18 |
| 制造业 | 3,785 | 74.83 |
| 纺织产业 | 320 | 6.33 |
| 物品 服装 皮革 毛皮包装 | 3,255 | 64.35 |
| 皮革企业 | 112 | 2.21 |
| 家具制造 | 32 | 0.63 |
| 其他制造业 | 66 | 1.30 |
| 收集企业处置废物回收材料 | 2 | 0.04 |
| 建筑 | 26 | 0.51 |
| 贸易 | 807 | 15.95 |
| 修理汽车摩托车 | 8 | 0.16 |
| 批发 | 524 | 10.36 |
| 零售 | 275 | 5.44 |
| 住宿服务和餐饮 | 171 | 3.38 |
| 住宿 | 2 | 0.04 |
| 餐饮 | 169 | 3.34 |
| 服务 | 275 | 5.44 |
| 运输储存 | 10 | 0.20 |
| 信息服务 | 22 | 0.43 |
| 金融保险业务 | 10 | 0.20 |
| 房地产资产 | 87 | 1.72 |
| 教师，科学家，技术业 | 18 | 0.36 |
| 租款业服务，旅行社，企业服务 | 28 | 0.55 |
| 教育 | 2 | 0.04 |
| 医疗保健 | 4 | 0.08 |
| 艺术活动，体育，表演，娱乐 | 14 | 0.28 |
| 其他业务活动 | 62 | 1.23 |
| 未分企业 | 1 | 0.02 |
| 总额 | 5,058 | 100.00 |

来源：普拉托商会

⁴ 最近针对普拉托中国移民零售企业家的研究，查看 Berti, Pedone, Valzania (2013)。

还必需指出的是，在大多数情况下，受访企业家随着时间推移而经营过不同性质的企业。例如，一个企业家首先是通过进口衣服和皮包来创立企业，然后开始自己生产；另一个企业是从裁缝和熨烫衣物起步，然后到自己进口辅料和配件；还有一个过去从事包装行业，然后步入时尚服装领域，从事服装零售、进出口和食品批发。不仅如此，很多移民企业采用家族联合的方式共享利益⁵。例如，某一受访者的妻子在意大利经营一个服装批发企业，而自己则借助的知识和人脉与意大利人在托斯卡纳生产葡萄酒出口中国。另一个采访对象是普拉托的一个服装企业，他同时也担当意大利制造的商品出口到中国的中介。还有一个案例是一个企业家生产纱线，而他的妻子从事批发经营，儿子则是经营商业房地产。

除了行业多元化的趋势之外，移民企业为中国市场提供的服装也更强调产品品质，致力于提高产品合格率。调查发现，一些企业生产比较前卫的时装，还有一些二代企业家开始意识到提高产品的质量，并通过不断更新商业模式来获得竞争力，而不是单纯凭借低价格优势⁶。这些中国移民企业大多从事生产、销售和批发业务，分布在意大利和欧洲各地的连锁店，在国内和国际，特别是欧洲，也获得了一定的声誉，业务范围还涉及美国、南非和远东。一些公司也开始生产半成品以获得稳定的客户，有的企业还拥有自己的品牌。其他的企业家还准备细化产品定位，体现性别差异，并发展男性时尚服装，有的还借助互联网宣传产品。

1.3.2 种族间的内部关系和企业的外部扩展

一方面，移民企业需要改变活动形式，确立更为独到的市场定位，细化价值链上的增值活动，以获得更多的盈利机会，另一方面，这种尝试意味着需要新的技能和关系。随后进行的访谈和讨论清楚地表明，这些新的技能要求基本上直接或间接需要意大利的企业组织的帮助。例如，移民企业家拥有一家印刷厂，雇佣 30 个工人，除了中国人之外，还有 6 个意大利人，其中 1 位是技术专家，2 位设计师，1 位会计人员，和 1 位仓库管理员。此外，当有特殊要求时，依然需要向普拉托的意大利公司求助。同样，创办一个染色店，其核心技术还是需要依靠意大利人的技术支持。访谈结果也表明中国移民企业准备提高意大利工人的雇佣比例并提升产品质量等级，目前中国移民企业中的意大利雇员比例约为 10%，而移民企业中部分关键的工作任务所需要的专业技能，如绘图，制作模型，或准备会计报表，均是由意大利人提供。此外，意大利品牌商希望以委托加工的形式将加工任务下达给中国的分包商，以普拉托为主，也涉及到恩波利。很多工作技能需要较高的质量标准，如染色和特殊羊毛洗涤，还有其他对质量的特殊要求，需要普拉托的本地企业来完成。意大利人通常也参与采购和销售环节，如大多数进口布料的购买，或销售其生产的部分产品。最后，意大利人也担任专业顾问，提供专业的法律、会计以及其他类型的商业咨询服务。

通过对普拉托中国企业家的访谈发现：

⁵ 马斯登的研究（2010，18 页）以及 Lever Tracy 和 Ip 对澳大利亚中国移民所做的研究（2005 年）中也出现过类似的结果

⁶ 从访谈中发现中国移民企业从事时尚产业的经营，最常见的组织规模一般是 4 或 5 人。

“企业中更专业的技术工作是由意大利工人提供的；大部分中国人只是从事单一的手工操作。我们中国人是勤劳的民族，但从事的工作没有什么变化，我们始终是一个言而有信的民族。”

访谈中我们了解到，现在中国新移民到达普拉托的非常少，部分移民返回中国或去其他地方，一些中国企业开始雇佣其他民族的劳动力，比如印度、摩洛哥或阿尔巴尼亚人。

此外，中国移民企业与其他族裔的关系也呈现出新的特征：

“我们的工作由中国和意大利人一起完成。意大利人掌握不同的技术而中国人做的是最基本的工作……。我们的布料从意大利或中国人那里购买，意大利人也许会从土耳其或者中国进口，但我们还是会从他们那里购买。采购和销售网络的形成影响了工作关系的建立”。“90%的面料购买于意大利企业，10%从中国进口。从意大利人那里所购买的织物中 70%~80%来自意大利进口商，其余的都是意大利本土制造的织物，这其中 5%的产品可能是普拉托所生产的。没有人能够抵制普拉托生产的快时尚服装的诱惑，它们以独特的方式紧跟时代的潮流。现在，5%的快时尚产品已显示出持续增长的质量水准，因为 5 年前移民企业生产时尚服装时，中国人不会在普拉托购买意大利面料。”

意大利或中国工人的就业领域也非常依赖于移民企业的投资分布：在意大利从事公共物品或服务的销售，例如酒吧或商店，必须雇佣意大利工人。

种族内部的关系和企业的外部扩展由中国第二代企业家接管，他们在意大利成长，了解意大利语言和文化，因此可以很容易与意大利人沟通。显然，一个不熟悉意大利语的企业家不太可能雇佣一个意大利工人，如果不能直接与意大利购买商品和服务的企业直接沟通，将会面临困境。我们的调查表明，最常见的族群间交往（中国人和意大利人）一般在第二代中国企业家中发生，而第一代企业家的案例中，我们发现这种关系只存在于一些在普拉托居住 20 年以上的企业家，他们所拥有的教育水平远远高于其他在普拉托的中国移民，较好的教育背景以及长时间的学习，会促使他们更好地掌握意大利的语言和文化。

在这方面，一个参与焦点小组访谈的参与者表示：

“我们分为两个时代，第一代不会说意大利语，第二代能讲意大利语，所以有更多与意大利员工合作的机会。我们有更多的介入（第二代），我们有机会与意大利人合作。而第一代业务范围只局限于没有语言障碍的华人社区，因此，产品质量较低”。

另一个说：

“第一代缺乏语言、文化和知识，我会做缝纫，我会做手袋或衣服，我的家人也是这样，生产的产品附加值低。第二代有更多的资源，他们说意大利语，可以扩展与

意大利人的合作，就好比意大利人用英语与其他国家建立经济关系。此外，文化是很难解释的，企业之间的冲突时常发生，因为中国人和意大利人对各自的文化难以相互理解。”

1.3.3 中国企业跨国扩张的关系发展

众所周知，在普拉托的中国人像大多数移民一样，会与本国的家人和朋友保持一定的联系（Marsden 和 Caserta, 2010）。借助普拉托的中国人，大量中国其他地区的移民（吴，2010 年）也借助亲戚和熟人的帮助将生意延伸到了欧洲和世界其他国家和地区（张一力，第 2 章）。

特别是进入新世纪以来，由于经济全球化进程的加剧，促进了通信技术的进步和发展，中国经济的快速增长，促进了跨国贸易活动的发展。已有研究认为，移民创业被认为是一种不同于全球资本主义的、建立大型跨国企业的行为，这一拓展依托于国际金融资本的利用和各个层面关系的协调。相反，创立中小企业基本是跨国移民利用社会关系（所谓的社会资本⁷），主要依托在原籍地的亲缘关系和信任关系来协调活动的范围。

乍一看，和全球大的跨国公司相比，移民中小企业似乎是微不足道的。然而，在目前的经济环境和技术环境下，很多学者认为移民创建的中小企业具有更大的跨国发展空间，譬如中国人在普拉托创造的经济绩效，可以逐渐扩大转移并演变为所谓的全球化⁸。

通常情况下，跨国企业家致力于进口原籍国的商品，或将东道国的产品直接或间接出口至原籍国或其他国家。国际贸易推动了新的移民方式，使过去的精英移民转变为一种大众化现象，并以前所未有的速度发展。此外，经济全球化导致的组织变革促进了全球价值链⁹的升级，开发国际外包中心促使大企业与海外企业签订独立协定也推动了移民跨国企业的形成。

在参与调查的 13 名企业家中（不包括两个裁缝行业的老板），有 8 家跨国企业，其中 4 家是进口中国产品（包括纱线，面料，服装配件和中国食品），还有两家直接或间接参与出口意大利产品，其中一家在中国还拥有自己的企业，另外两家企业做为分包商参与服装产业链的生产。

跨国贸易最频繁的中国移民企业主要从事进出口行业¹⁰。这也是本项课题的主要研究对象，一般拥有国际贸易和产品的基本知识，在移民之前熟悉原籍国的进口流程，或者其家族成员充当其中国的生意伙伴。

例如，我们采访了一家成立 20 年之久，且与中国纱线生产企业保持长期合作关系的纱线进口商，他近期在意大利购买了新的机器设备以提高产品质量，然后再出口到其他国家。这是一个建立信任关系的过程，该进口商现在可以非常好地进行商业运作，而不需要经常去中国。

⁷ 社会资本对移民企业发展的作用查看 Portes 和 Sensenbrenner（1993 年）。

⁸ 跨国计划见 Portes, Guarnizo, Landolt（1999 年），和 Portes, Haller, Guarnizo（2002 年），从跨国计划看一下 Smith, Guarnizo（1998 年）。有关跨国公司在加拿大中国移民之间的传播参照王 Ng（2002 年）。

⁹ 生产过程分散于国际的全球价值链：参见 Gereffi 和 Korzeniewicz Gereffi（1994 年），Gerreffi, Humphrey, Sturgeon（2005 年）。

¹⁰ 源于参加了焦点小组的一个中国移民进口商的访谈（从中国进口产品的面料，纱线及配件……），允许在该地区加工。

服装配件的进口商一般在中国寻找供应商及其他合作伙伴，根据流行趋势预测客户的要求，使人们对“意大利制造”的配件产生购买需求。尽管采购主要是由在中国的企业家完成，但普拉托的企业家为了保持与客户的关系而经常去中国工作。

从事进口食品的企业家更多关注资金的流动，他有一个亲戚居住在温州，从事食品批发。具备一定的知识和技能，只需要根据普拉托进口商的要求来购买商品。在本质上，这种基于人际关系和贸易关系的业务活动，在网络通信的帮助下可以极大的提高生产效率。

采访中还发现了更有趣的跨国贸易现象，在进口国设计和销售，在意大利制造。调查中发现 3 个类似的实例，但只有一个案例中的企业通过在中国投资实现国际化生产，这一运营模式维系了八年，中国服装厂的管理和产品营销也步入正轨。当然，这种半成品和系列产品的生产模式不属于真正的服装时尚，在这种情况下，虽然有值得信任的伙伴能够与之密切进行合作，但是距离的隔阂依然难以确保进行有效的沟通协调，因此很多移民企业家同样需要在意大利与中国之间不断往返。

还有一个例子讲述了第二代中国企业家参与国际分包的历程，他们刚刚在中国开办了一个时尚服装的加工厂。在采访中，开发商解释说，决定与中国分包商进行合作的主要动机是因为目标合作者能够提供普拉托品牌商所需要的服装质量。在这些企业家看来，普拉托的中国工人“只能做简单的事情。夹克，特别是皮制的，最好是在中国做。”为了协调和控制生产质量、数量以及交货时间，不仅需要外派一名信任的合作伙伴或设置相关部门在异地办公，而且还需要指派专人每月回国以更好的发布指令和实施控制。

另一个例子则是跨国企业自己生产针织品，运往中国完成制造环节，再大批量的出口意大利和其他欧洲各地。通常针织品是自己生产，但是染色工序会根据客户的要求交由普拉托的意大利工厂完成。在这种情况下，生产的国际化需要借助一个在中国国内被自己信任的人来完成合作（本案例中是一位居住在国内的温州人），这个人是针织品的生产批发商，普拉托的企业家需要通过互联网将样品图纸和客户要求发送给中国的合作伙伴，以满足客户多方面的需求。

第三种类型的跨国活动涉及出口意大利产品至原籍国。调查结果显示，受访者还没有大量涉及这类活动，但已经开始进行多元化的尝试。例如，有的被访对象开始与意大利农场主合作，向中国出口酒类产品。这类跨国活动具有较大潜力，能够促进意大利制造的产品运输回国。

案例中有一位在普拉托居住了 25 年的中国企业家，一直致力于意大利制造的商品在中国市场的推广。他名下的中国投资公司兴建了一个展览中心，能够对 100 家意大利时装品牌、机械加工和食品生产企业进行集中展示。这些商品仅在中国出售，但是其中一部分由中国的供应商供货，这种深度合作可以更好地了解双方的运营模式，帮助中国人了解意大利语言及文化。这一项目得到了意大利移民企业家的支持，促进了意大利产品在中国市场的销售。

虽然意大利公司希望扩大国际贸易的出口或想在中国做生意，但是如果充分利用意大利的移民资源，尤其是普拉托的中国移民，可以更好地利用他们的知识和人脉关系来组建多元化的企业。否则，意大利中小企业缺乏金融资源和管理国际化经验，很难在其他国家立足。

“如果一个意大利人去中国（做生意），最好是与一个不长期居住在国内的中国人合作，以尽可能的减少地理位置的隔阂，因为亲戚的帮助，海外移民能够和意大利人更好的交流以推动创新。这一趋势已经在其他城市有所呈现，这也是普拉托下一阶段需要考虑的重要发展方向”。

表 1.2 普拉托中国企业的主要发展趋势

| | |
|-----------|---|
| 不同企业的特征分析 | 服装制造业(染色厂，复制厂，缫丝厂)与商业贸易（批发和零售） |
| 产品品质 | 质量较差的时尚服装卖给零售和批发商 中等质量的时尚服装销售给意大利公司和外国连锁店 |
| 企业内人际关系扩展 | 中国移民工作人员与具备特殊技能的意大利专业技术人员（包括设计师、会计、专业销售员） |
| 企业间的关系扩展 | 中国移民自己的加工厂与意大利分包商和供应商（分别从事最熟练的工作技能和岗位） |
| 跨国业务的关系扩展 | 在全球资本的跨国活动中，知识和关系对于中国或意大利而言，均成为重要资源，如： 进口半成品（纱线，面料，服装配件及中国成品） 生产国际化，服装设计、销售在普拉托，通过中国的分包商完成部分生产，或直接在中国投资 借助中介将意大利的出口产品推广至中国市场 |

1.4 创新的原因和影响

普拉托中国企业的发展趋势主要取决于第二代移民的创业动力。正如在第 1.2 节中已经强调的，居住在意大利的第二代华人会意大利语，同时也比较了解中国。在当前全球化的背景下，这些知识背景完全可以帮助其获得跨国贸易的机会：他们的父母没有受过教育，在意大利生活却不懂一句意大利语。此外，需要补充的是，这些年轻人生活在意大利，吸收了当地的人文习俗，他们在意大利的生活与父辈的生活方式将大不一样。

普拉托中国企业的发展趋势还与以下两个基本因素相关；中国的发展前景使移居意大利的人数不像之前那么庞大，特别是从浙江迁移至普拉托的移民没有明显增加，甚至有些移民从普拉托回国。华人新移民数量的下降导致普拉托中国企业劳动力的短缺，阻碍了企业的发展，只得在现有的其他民族中寻找工人。此外，近年来持续的经济危机使得意大利和欧洲消费者的需求减少，加剧了意大利和欧洲其他国家中国移民企业之间的竞争，减少了他们的收入。

上述因素对普拉托中国企业的创新行为产生一定的影响。企业形态的多样化（尤其是商业形态，如零售或批发店），不仅改变了企业与公众、同族群体的交流方式，还改变了移民的经济行为。事实上，商业服务也需要运用意大利语与意大利人进行专业知识交流和日常互动，同时也决定了商业服务向公众开放的难度（Dei Ottati, 2013）。中国移民企业生产的产品品质也日益提高，生产过程需要更多的专业技能，雇佣更多意大利当地的工人并与意大利企业建立起创业网络，推动中国的民族业和其他国家的关系融合。最后，随着跨国公司的不断发展，使用非正式经济优势的情

形正在减少，一方面，这些企业将实行全球资本主义，另一方面，也促使他们更快的融入当地经济。随着服装进口商和制造商的关系日益紧密，中国移民需要更充分的利用族裔优势和原产地优势，与意大利和欧洲的客户建立更为广泛的合作网络。此外，跨国企业将意大利产品出口中国的贸易形式变得更加普及。我们的调查中发现：

“生活在意大利的中国人的唯一优势是和在中国卖意大利产品的合作伙伴间的表达。很多中国人开设意大利餐馆，出售意大利的产品”。

研究中也发现普拉托中国企业与本土企业之间关系复杂，存在一定的矛盾，普拉托中国企业在当地民众中留下不太好的刻板印象，例如在工棚宿舍中混居、利用非法工人工作¹¹。针对上述情况，一个焦点小组访谈的参与者表示：

“对普拉托中国企业家和当地企业家进行异质性分析，这将是一个突破。只有运用这些最先进的调查方法，我们才能分析双方之间合作的可能性。例如意大利人的企业的生产方式还是比较落后的，但拥有更先进高技能和专业人士的参与。”

上述评价并不是否认中国企业的产品不符合质量标准要求，由于我们的调查不能确切获悉所有企业的的历史数据，已有案例当然不能代表整个普拉托中国企业的现实状况。事实上，华人企业家由于其突出的投资能力以及紧密的社会关系使之能够跨越不同文化和种族带来的障碍。

研究发现，中国和意大利在加速资源整合和推动投资创新等领域将会有更深入的合作，这就意味着华人移民与当地居民之间的关系将会进一步融合，两个系统之间以及两个群体之间的经济和社会关系会相互嵌入。如果这一趋势出现，那么普拉托如此众多的中国商人将是一个重要的资源，成为振兴普拉托经济和社会发展的背景下，推行全球化的重要资本。普拉托二代华人在当地经济发展过程中发挥的作用会日益显现，访谈者表示：

“我认为：今天普拉托的中国人拥有活力，但是意大利的社会和经济缺乏活力，这让人想起 50 年代、60 年代（普拉托）存在的的社会不安全因素，如支付问题，纳税问题，生长和传播，这些问题的延续导致普拉托中国企业的法律环境受到影响。”

访谈者还表示：

“中国移民的孩子在中国人的外表下却拥有不一样的心理特征。我们这一代中国移民孩子的心理，也许是最接近战后（意大利）的状态，具有较高的工作积极性。一名 20 岁的男士所投资的公司将会得到整个家族的支撑。但由于心态和想法是完全不同的，这必然带来创新活力。还存在另一种可能，也许因为他们从小在意大利被认为是不和群体的一派。他们明白只有证明自己，推动公司的成长，才能拥有更多的机会和决心。”

¹¹ 关于意大利的中国移民现状，除了众多的报纸文章，还可参见 Oriani 和 Staglianò (2008)。

1.5 趋向一体化？

正如预期的那样，我们向采访的企业家询问他们对未来的期望，如果他们留在普拉托可以做什么，如何促进中国和意大利之间，特别是中国和普拉托之间的经济一体化和社会一体化。

对普拉托未来的期望，所有的受访者表示，他们宁愿呆在普拉托。然而，我们发现第一代企业家和第二代企业家之间的差异。如果询问第一代企业家是否留在普拉托，一般都回答说暂时还不知道，会看经济和社会发展情况。不确定因素对第一代企业家的影响已经在某些研究中得到证实（2010年，Marsden e Caserta, 35—40页）。第二代企业家（参加了我们调查的企业家）似乎是最有助于普拉托经济复苏的推动力量。其中一个受访者说：

“我们现在是一个特殊的群体。举个例子：如果意大利人生活在瑞士，他们既不是瑞士人，也不是意大利人。类似的，在我们的社会，我们对中国而言、对意大利而言都是外国人，我们的孩子都出生在这里，我们必须呆在这里。”

这表明，至少第一代企业家保留着部分原籍国的居民身份认同，而第二代企业家则混杂着更多的意大利元素，而且他们依然保留着原籍国与居住国的频繁联系，包括他们所接受的中国文化与当地的教育¹。

至于中国和意大利文化之间的融合，受访者再次强调不仅仅是语言知识，意大利的第一代移民有机会融入当地但依然面临其他的诸多限制，这需要时间的磨合。一位受访者在采访中表示：

“我们需要时间，需要时间来改善我们的第二代。我们的孩子将会有更多的意大利生活方式，他们会拥有更多的意大利朋友……”

尽管积极的行动、信任以及时间有助于普拉托中国企业的融入，但研究者也意识到仅凭上述因素是不够的，还必须使意大利的机构和民间社会针对中国移民制定一些有效的欢迎移民及其子女的政策。

“我们必须让中国移民认识到这个社会不仅能够为他们做很多事情，而且让他们感受到自己是可以融入意大利社会的，感受到自己能够成为这个社会的一部分，如果仅仅是受到逼迫那么他们就不可能成为意大利人……”

另一个企业家补充说：

¹ 在我们的调查中我们发现，有些中国移民企业家的孩子在英联邦国家的大学学习或在美国学校上学，因为他们的父母都知道，英语是商业语言。

“我们也希望政府在政策上有更好的表现。例如，宪法不承认在意大利出生和长大的孩子具有意大利国籍……”。

特别是在地方级，受访者有更多需要考虑和重视的问题。

“例如在普拉托有 10%的居民是中国人，每年出生的孩子中有三分之一是中国孩子，那么，为什么我们在普拉托不具有优势……就因为我的孩子不是当地人？……”。

被访者认为普拉托的中国移民应该受到更多的关注，例如：

“在谈到普拉托的安全问题，很多中国人先是被暴力殴打，然后钱在口袋里被盗。而大多数普拉托人的想法是，这是他们应得的，这是中国人逃税、偷税从他们身上赚到的钱。只要有这种怪异的想法和心态，今天发生在中国人的身上，难道明天就不会发生在你的身上么？？中国人身份？对我们是危险的，但没有找到这些问题的答案……”。

很多中国移民企业加入了普拉托联邦民族轻工业联盟，该联盟已经拥有大约 200 名中国企业家。研究参与者们对此作出了极高的评价。针对当地企业的违法行为和其他社会问题，受访企业家们对政府的检查均表示理解，但认为必须覆盖所有企业，而不仅是对中国企业展开检查，而且检查必须要有法律依据和政策允许。

“一味的去检查……事实上，会增加彼此的不信任和冲突，”一位企业家认为，“不能一味的打压，但也要适时的进行政策引导。”

如果像过去的几年里只使用检查手段，中国企业将对意大利机构产生不信任的态度，从而加大两个群体之间分离的趋势，并减少对话的可能性。此外，通过我们的采访对象还了解到，如果只使用打压的方式，他们还是会通过不断变化自己公司的名字以逃避检查，并对自己的同胞进行不正当的竞争而获利。

2013 年 12 月 1 日，位于托斯卡纳大区的华人服装厂发生火灾，七名工人死亡²。我们的采访者对托斯卡纳政府及时介入调查此次火灾事件给予了积极的评价，特别是认为通过检查帮助企业经过一系列的整改来达到符合标准的生产环境。被访者针对上述事件作出以下声明：

“20 年来，普拉托中国企业里一直都存在着类似问题，但从来没有一个真正的政策来解决这个问题……七人死亡的事件开始引起大家警示……一方面要进行监督，另一方面必须努力帮助企业加快转型整合……不应该只看到中国企业问题，它们也有积极的方面，但只是……如果我们继续用大棒政策，普拉托的华人企业都将消失。”

近年来由于意大利政府对华人企业的监管日益强化，但同时没有对他们的资源整合提供必要的帮助，不能加强意大利社会和当地华人社会的关联，而华人社会对意大利

² 由于 7 个中国工人死亡的事故发生后，托斯卡纳地区正在进行持续的“安全工作”检查，招聘了 74 名工作人员，目前主要针对普拉托，皮斯托亚，佛罗伦萨和恩波利的中国移民企业展开密集检查。这些检查开始于 2014 年 9 月，检查之前针对中国移民和意大利商会人员做了一个宣传。正式调查于 2014 年 9 月至 11 月间进行，结果仍然发现许多安全方面的隐患，但大约有三分之一的企业是标准的（2014 年 12 月 2 日，托斯卡纳的信使，13 页）。

利人和意大利机构的不信任感逐渐加大，进而增加了两个团体的距离，没有从根本上减少非法营运的存在，而且还对两个民族的融合以及普拉托的未来产生了普遍的负面影响。

事实上，虽然内部协作关系有利于移民社区的迅速发展，普拉托的中国企业在时尚产业做出了突出贡献（Dei Ottati, 2013a），但已经不可能再通过低价格和及时交货来获得持续的竞争力，必须重新定位产品及其业务功能。我们的调查显示，中国的企业家需要与意大利人进行合作，特别是普拉托人在时尚领域所拥有的悠久传统和积累的高超技能。对此，一位企业家在接受采访时说：

“希望我的同胞们，至少其中的一部分，知道现在是时候改变产品类型。这意味着单纯在低价格和快速交货这两方面有优势是没有出路的，我们必须改变！”。

另一方面，普拉托人和移民之间缺少融合对普拉托人而言也会起到负面影响，现在华人企业从事制造业的份额占全省总额的 47%，而面向中国的出口占全省总额的 35%。事实上，面对竞争环境的变化，普拉托纺织行业的传统模式面临危机，他们选择出售自己的企业而不是改善经营方式。就如同马歇尔在上个世纪初他的书中对英国工业革命做出的评价：

“一个被动的或最小的惯性会导致一个工业区产业发展条件的根本改变，……需要开拓新的供应来源、迅速开辟新的市场，一个成熟的工业区继承了过去的发展路径”（马歇尔，1919年，287页）。在这种情况下，工业中心需要适应新的条件，“新能源的获取意味着对许多重要的本地资源进行必要的整合，从而继续发展和保持领先地位”（马歇尔，1919年，第287页）。即使一个小的被动的失误也会给当地工业的发展带来严重的危害，尤其是当他们的工业环境发生变化的时候……，当新的分工形成或者市场开始扩展的时候，它们会影响到一个成熟的工业区所继承的资源禀赋（马歇尔，1919年，287页）。为了适应新的专业化的工业中心的形成，需要很多新能量和生命力去整合这个原始的工业区，这样可以实现可持续发展并保持它的优先性（马歇尔，1919，287页）。

目前，为了重新推动经济全球化，普拉托模式需要新的企业主加入³，需要建立新的介于国内外的合作关系，特别是与新兴国家建立联系。在这方面，普拉托拥有许多高素质的青年企业家，他们和新兴的远东地区有着不错的关系，这可以形成一个巨大的资产。然而，如果不减少不信任和人民之间的距离，这种资源可能会迅速消失，面临更加被动的发展境遇。

事实上，当前普拉托的经济危机和社会矛盾让产业区未来的发展面临越来越多的困难和不确定性，而中国政府和下属各级地方政府对海外移民的发展提供了大力支持，中国政府对这些所谓的海外华人⁴保留他们的特殊地位，对他们的投资提供奖励和行

³ 当地商会对普拉托企业进行了统计，在近期形成的一份研究报告中提到：“移民企业形成的生产区创造了更高的生产效率，超出意大利人的生产组织，其在十二月下旬的生产率和六月相比基本停滞（2013年）（Caserta, Marsden 2014年，15页）。

⁴ 中国是一种双重结构的组织设计，包括党和国家的各级政府，能够为海外华人提供专门支持与服务。在这方面，Portes 和周（2011年，p. 21）写道：“通过党和国家在不同国家建立的各类机构，努力与海外华人社区组织的领导人保持一致，受到华侨和海外投资者的高度认同，企业家融资研讨会赞助相关活动和传统节日，在北美和世界的其他国家，通过中国领事馆关系网来协调各国的移民政策。

政制度的简化，尤其是地方政府还给他们的家庭提供更完善的社会服务，特别是对他们孩子的教育问题提供制度倾斜。

由于普拉托经济和社会面临的诸多困难，加之中国经济的快速增长，所有这些措施促使普拉托的中国企业家将送孩子送回中国来完成学业。例如，我们的一个调查中，一个企业家有两个孩子，其中一个十来岁，由祖父抚养在中国学习。但如果这种趋势持续下去，将希望寄托于民族整合来推动经济发展的期望也可能落空，因为没有在这里学习和长大的年轻人，就不可能给两者融合以提供新的能量和生命力。正如马歇尔提到的，产业区发展需要重建一个新的未来发展秩序。

总之，调查发现，在普拉托的中国人开始让他们的产业多样化并致力于提高产品质量；这也促进了内部雇员的多国籍化和交易泛欧化。此外，调查也证实这个过程需要政府提供必要的政策支持，必须通过一定的行政干预，一方面保证普拉托移民企业的安全和经营的合法性，另一方面，要做好移民服务工作，特别是帮助移民的孩子接受更好的教育。

1.6 利用焦点访谈（FG）技术分析普拉托中国移民

焦点访谈 (focus group, FG) 技术通过半结构化访谈和开放式提问，能够帮助一群被访者达成目标与认知的共识。该项技术在实施时需裁判员和观察员，针对主题进行深入讨论⁵，参与者基于文本的言语互动和非言语之间的辩论，营造日常的沟通氛围，但只是限于讨论，通过互动达成人与人之间一致的认知标准，实现预期目的。

1.6.1 谁是参与者？

焦点访谈在实施时需要一个主持人，一个观察员和一组参与者。主持人引导、支持讨论，推动实现基于认知轨迹和调查目的的适应性互动。观察者能够注意到互动的信息类型和参与者之间的互动过程，以补充和梳理分析报告的信息。FG 技术具备以下几项功能：

- “专家组”的人选需要根据个体的知识、经验以及当期的主题来确定。讨论的内容和现象是他们的日常生活的一部分，专家本人经历了或正在经历类似的经历⁶。
- 为了使参与者对当期的讨论话题获得认同，在选择参与群体时可以人为的设计某些特定的属性。
- 将团队视为基本的分析单位，即以社会群体为代表来回答研究的问题。

在属于同一社会阶层的个体中针对某一共同存在的问题进行认知和经验的分享，通过激励个体积极参与交流和讨论，此外，如果人们认为小组成员“类似”，则需要

⁵ Acocella (2008)。

⁶ 需要注意的是为了一味追求得到准确研究数据，而选择一些对此内容不清楚的参与者。

更少的时间来彼此了解，确保能够更加主动自发的参与讨论。事实上，“专家”会一直对个体之间的互动现象进行观察，尤其是其表现出的共同的社会范畴——即属于一个特殊的社会群体的标识状态，参与者被要求描述人们之间信息共享和传播信仰的一致认知。

1.6.2 基于参与者互动的焦点小组

通过口头和非口头形式对所讨论内容进行技术分析，主要具备以下优缺点：

•优点

1. 个体的相互沟通可以交流不同的信息，产生新的想法，展开更多的与特定知识有关的调查等。网状的相互作用有助于进行联想，因为每个参与者可以连接其他的个体的想法，以补充信息，阐明自己的观点，并指出各自的长处或弱点，等等……
2. 针对重要论点制定备选方案有益于整体之间协调；
3. 有助于对报告中参与者之间观点的相似性和差异进行直接比较。

•缺点

1. 个体之间存在认知的差异，即便是同样的语言代码，个体的理解也会存在不一致，无法实现完全的信息共享；
2. 信息检索的速度与主题深化之间存在着矛盾，追求速度意味着很难保证信息探索的深度；
3. 由于协会或其他组织的参与，可能会出现由于对某些讨论的主题比较熟悉因而加快原本重要的讨论的进度，改换主题，遗漏重要信息；
4. 相关利益群体的存在，可能对参与者的态度产生影响，改变参与者的判断或最终的评价。

1.6.3 设计研究-普拉托的中国企业

通过设计焦点小组，采用焦点访谈技术探讨普拉托中国企业的内部和外部组织的特点及其行为，从活动、产品和与其他外国族群的关系的角度研究普拉托中国企业的发展轨迹。

为了回答从半结构化面试中识别的问题，在排除干扰因素的同时，进一步提炼出具有高度方向性的结构化讨论记录，检验提出的假设，并对研究的对象进行深入观察。

针对核心命题和分析结果，我们邀请年轻的中国二代企业家（年龄在 30 岁和 35 岁）作为关键证人参与结论的检验。

小组讨论的参与者在同一领域工作并有着相同的经验，在认知上类似，在身份上平等。参与讨论的小群体共同针对商定的目标进行讨论，遵从一定的规范逐步深化主题（第一阶段的研究）。在这一过程中，允许参与者针对有限数量的主题提供更详细的调查资料，避免过度干预对其他问题以及某个问题的不同方面带来沟通障碍，给予其更多的机会来澄清自己的观点。即便如此，参与访谈的个体有可能比较内敛，很少提出意见，导致访谈的信度得到质疑。

参与者共有 6 位：2 位从事时尚产业，2 位从事进口贸易，1 位生产纺织品，1 位担任国际贸易专业律师。

访谈中首先提出了一种对中国企业发展方式的设想，向所有与会者介绍主题和具体的发展趋势，以下为正式的实施方案。

1.6.4 实施方案

在第一阶段的研究中选择了普拉托的为当地企业提供分包业务的针织服装生产商，随后邀请了另一批更有经验的中国移民企业家，主要从事专业设计和样品的生产，以及销售。这一设计也体现了普拉托华人企业融入本地经济的基本过程。这一过程受到以下 4 个因素的影响。首先，时尚服装的销售增长主要取决于消费者的喜好，与产业链的生产和分配环节关联不大。其次，有能力与资历的中国移民最终升级成为企业家，直接进入时尚产业的市场竞争；随着其在普拉托工作中所获得的技能日益熟练并与意大利合作伙伴建立良好的合作关系，企业家在市场中的地位随之改善；另一方面，普拉托传统定位中所谓的运营商和买家的时尚元素很容易模仿，华人企业没有自己的风格（Dei Ottati, 2013a, 第 188-189）。第三，普拉托中国企业的分布多集中在生产制造，依托于成千上万的中国家族企业所形成的密集的经济和社会关系所提供的信息，涉及中间产品和成品的快速流动，工作和资金的流动性很大（Dei Ottati, 2013a, 第 191 页），这也是其竞争优势的来源。第四，这些移民拥有广泛的社会资源，他们有很好的亲属和朋友的关系，与中国或其他地方的移民保持密切联系；随着当代中国经济的崛起，也推动了普拉托的跨国企业家的诞生，进一步加强了与本地经济的关系，在某种程度上使得普拉托移民企业成为推动本地经济嵌入全球化发展的不可忽略的一部分，使跨国关系更为稳定。这些趋势似乎表明，在大多数情况下，中国人不再是主要正式经济主体的附庸，而是越来越多的借助知识融入并形成一种混合的关系（例如意大利和中国）。

1.6.5 深入了解的三个主题

负责人在焦点小组访谈中，旨在探讨目前中国分包商和中国时尚企业在普拉托的发展趋势，促使参与者主要提供以下三个方面的访谈资料。第一，公司的内部组织与过去的工作进行比较，在员工、产品和资金方面有哪些区别。第二，由于价值链分工的关系，他们可以选择从事哪些经济业务。第三，普拉托中国企业家与其他国家的跨国关系。

具体内容包括：

1. 企业组织结构：

提供的最终产品，参与的行业组织；

企业家的特征；

企业内部结构；

与其他企业的关系；

与客户的关系。

2. 与产业链的关系

如何在普拉托制定创业决策：

如何从局部切入已有的纺织品产业链；

是否存在知识的边界；

是否存在移民企业的聚集范围。

3. 国际贸易

是否从事产品的进出口；

人力资源是来自中国或是在中国工作；

总公司与中国国内分公司的工作关系；

总公司与中国机构的关系；

与中国人的关系（家人，朋友，等等。）

2. 区域性产业集群网络演化： 来自普拉托和温州服装产业集群的比较研究⁷

2.1 引言

2011年7月，意大利最著名的文学奖——斯特雷加文学奖授予一部讲述普拉托中小企业兴衰历程的文学作品《我家乡人的故事》。作者爱德华多·内西的家族纺织企业正是在全球化的市场竞争中被淘汰出局。内西在接受记者采访时，将普拉托比喻为一间研究全球化的活生生的“实验室”。这个实验室既生动反映了意大利传统纺织产业的衰退历史，同时也深刻见证了中国企业家走向世界的成长记录。

1999年以来，本文作者共六次访问普拉托，特别是2014上半年在佛罗伦萨大学做高级访学学者期间，更是接触了大批普拉托的华人华侨。加上过去在温州所做的访谈，作者共接触了60多位普拉托华人企业家，其中深入访谈了35位，现场访问了其中的28家普拉托华人企业。他们之中的大部分人来自浙江省温州地区（包括青田）⁸，大多从事与快时尚相关产业相关的工作。另外，作者还访问过曼多瓦、帕多瓦、罗马、威尼斯等意大利城市，以及法国、德国、荷兰、西班牙等国多地的华人企业和企业家。

本文通过温州商人在普拉托快时尚产业集群网络演化与温州服装产业集群网络演化的比较，指出从温州到普拉托，温州商人群体借助独特社会关系网络优势，快速扩展了集群的市场关系网络，大力推进了集群创新关系网络的发展。他们在普拉托既得到快速发展，也遭遇一些问题。温州商人在普拉托快时尚产业集群网络中的演化历程，是中国企业家网络全球化的典型案例。

2.2 普拉托与温州服装集群的基本情况

温州作为中国市场经济先发地区，是中国市场经济的风向标，其经济发展格局具有很多特点，遍及国内外的温商群体和大量的产业集群是最重要的两个特点。

温州人有外出创业的传统，即所谓江河能到的地方就有温州人。改革开放以来，温州人跑遍大江南北，创业遍及国内海外。据不完全统计，约有244万温州人在国内外经商，其中国内175万，国外43万，港澳台地区26万，总数约占温州市常住人口的四分之一。温州本土的创业者、国内其他地区和海外的温籍创业者，三个群体共同构成了温州企业家⁹（温商）的网络。

温州企业家的创业过程实际就是中国经济发展的一个缩影。以温州为中心点，分散

⁷ 中国国家自然科学基金项目《企业家集群网络形成机制及其对区域经济增长影响的研究》（71273193）中期研究成果之一。

⁸ 虽然青田县属于浙江省的丽水地区，但青田县历史与文化与温州一脉相承，所以在本研究中，温州企业家包括来自青田的企业家，下同。

⁹ 由于温州的企业家以从事贸易的商人为主，本文以下将不再特别区分温州企业家群体和温商。

在国内国外的温州人由点到面，不断地增加节点，逐渐构筑温商网络；从地理上看，这些节点会越来越远，甚至可以跨越边境；但是在要素传递上，这些节点与温州这个网络中心点保持了千丝万缕的联系和频繁的互动。事实上，分布在 130 个国家的近 300 个温州侨团和遍及全国 32 个省、直辖市、自治区的 215 个温州商会（地市级以上），承载着温商网络节点的功能。它们一方面同其众多的会员发生联系，另一方面以温州商会（同乡会）名义与所在地政府、温州市政府对话，在空间博弈中创造资源、获取资源。商会（同乡会）成为会员之间、会员和温州之间沟通交流的紧密纽带，把温商、温州经济和温州人经济牢牢地融入同一个网络。在 30 多年的发展过程中，温商群体充分利用了其独特的社会关系网络资源，发挥了温州商人群体的集群优势，不断扩展市场关系网络和提升创新关系网络，在温州本土和国内外其他城市创建了许多的产业集群。其中温州本土的服装产业集群与意大利普拉托的快时尚服装产业集群，分别是温州本土和国外温州人产业集群的典型样本。在两个服装产业集群网络的演化过程中，温商群体的社会关系网络如何与产业集群的市场关系网络和创新关系网络的结合，两个产业集群目前又遭遇什么样的困境和如何化解，分别是中国经济新常态和中国企业海外走出去所需要解决的问题，对于未来中国经济发展具有风向标的意义，非常值得研究。

2.2.1 温州服装产业集群的基本情况

作为城市形象和品牌的亮点，服装业一直是温州经济重要的特色产业与支柱产业之一。近来，温州服装集群经历了从数量到质量的转变，以及由质量到品牌的发展。

据温州服装商会的统计，到 2006 年，温州的服装产业集群已经形成了从面料、辅料、纺线、印染、花型设计、成衣定型、成品包装、产品销售完整的产业体系。3000 多家企业实现年产值（销售）302 亿元（其中内销 264 亿元，出口占 4.7 亿美元），比 2005 年增长 13.96%；实现利税总额 37.2 亿元，比上年增长 11.05%，销售超亿元的服装企业已达 16 家，44 个品牌达到国家质量等级标准，全行业拥有中国、省著名商标和名牌产品 49 种。服装销售网络遍布全国、全世界，占据全国市场份额 16% 左右，温州已成为中国服装生产主要基地之一。同时，温州服装外贸出口发展迅猛，占全市出口总额的 17.7%，成为全市外贸出口的行业大户之一。

到 2007 年底，温州服装产业拥有 7 个中国驰名商标，6 个中国名牌产品，17 个国家免检产品，达到国家最高质量等级标准优等品的有 44 个，进入“中国服装企业双百强”的有 10 家，获得省级名牌的有 54 个，市级名牌 86 个，产品通过 ISO9000 认证的企业有 80 个，通过 ISO14001 认证的企业有 12 家，并逐渐显现出以男装西服为龙头，女装，休闲装，童装，针织内衣各具特色的格局。

2013 年，温州服装产业的总产值超过 400 亿，是居电器、鞋革之后的第三大产业；年销售额 2000 万以上的纺织服装和服饰业达 51 家，约占温州服装企业总量的 10%；服装产业总产值 225 亿，占温州经济总产值的 11.3%。无论行业产值还是企业数，服装产业已经成为温州的主导产业和支柱产业。

2.2.2 普拉托服装产业集群¹⁰的基本情况

1. 从纺织业到快时尚产业

普拉托(PRATO)处于意大利“高靴”的“靴腰”之上。它南视首都罗马,北接工业重镇米兰,西通历史名城比萨,东临文艺复兴发源地佛罗伦萨。在很长一段时间里,普拉托行政隶属于托斯卡纳大区中心城市佛罗伦萨,两地相距仅30公里。普拉托建省于1992年,下辖包括普拉托市在内的7座小城市,面积不到400平方公里,人口25万。普拉托市人口最多,有18万人,其中华人约有3万人,占该市总人口的六分之一,绝大多数是浙江温州籍华人。从地理面积和人口密度的角度来说,普拉托是意大利华人最集中的城市。

意大利普拉托从12世纪就开始从事纺织品的生产,19世纪末机械化工业经济的腾飞促使纺织企业在该地区集聚并高速发展,20世纪50年代在低端市场上遭遇其他纺织产业区激烈竞争后,标准化生产的大企业纷纷解散,中小企业异军突起。众多小企业根据产业链分工,形成了诸如毛料分拣、炭化、绞丝、织布、印染和精加工等纵向一体化的、高度专业化的生产共同体,相互之间密切合作,形成了纺织业产业集群。普拉托成为意大利纺织工业区的重要城市,区内的企业生产同一类产品,到上世纪80年代,这个产业集群已经有100多年的历史,产品在国际上享有盛名。但上世纪80年代后期,由于欧洲经济整体下滑,以及世界经济全球化趋势等原因,作为普拉托支柱产业的纺织业随之陷入困境,虽然90年代后期有所恢复,但其欧洲纺织中心的地位开始受到影响。

某种程度上,普拉托纺织业的高速发展要归功于二战后人口的迅猛增长,增长是意大利国内尤其是南部的移民所带来的,当地人口也因此从1951年的77631增长为1991年的165670(Colombi, 2002)。20世纪80年代经济危机之后,普拉托的主导产业逐渐从纺织业转变为快时尚服装产业集群。

2. 温州人和普拉托的快时尚产业

在普拉托的主导产业逐渐从纺织业转变为快时尚服装产业集群过程中,来自国外的移民,尤其是中国的移民,其中最多的是来自浙江温州的移民,对于普拉托快时尚产业集群的兴起和发展起到了巨大的推动作用。

相关资料显示,1989年时的普拉托仅有38名中国人,1991年华人达到了1009人,2006年华人数量达到了10080人,2012年底则有16716名¹¹华人持合法居留证件生活在普拉托。截止2002年12月31日,在普拉托市的华人居民中,78.63%在中国大陆出生¹²,18.52%则在普拉托出生。华人在当地已是第一大外籍族群,而且呈逐年增加的趋势。

TOSCANA大区区域规划研究所(IRPET)公布的统计数字显示,2012年普拉托共

¹⁰ 此处内容参考了,孙艳,张宇芳的《意大利与广东纺织产业集群不同年代发展衍化比较》,特区经济,2010年1月, p138-139.

¹¹ Source: IRPET Estimates on ISTAT data

¹² 对那些在中国大陆出生的移民的一项分析显示,他们中83.35%的出生地是浙江,13.21%是福建,随后是上海,但仅有0.38%。《生活在高墙外的温州人》, p5-6。

有华人企业 4830 家，其中 4265 家为个体企业，华人企业以服装纺织、贸易、餐饮、建筑为主。普拉托的华人企业占全部普拉托企业 29067 家的 16.6%；其中华人制造业企业 3675 家，占普拉托全部制造业企业 8182 的 44.9%；华人制造业中纺织业有 264 家，服装业有 3200 家，华人的服装纺织业的企业分别占全部华人制造业的 7.1% 和 87%；也就是说华人制造业中的 94.1% 是属于服装和纺织业的，其中绝大部分从事服装行业（Gabi, 2014）。

按照 IRPET 统计，2010 年普拉托华人企业创造的产值为 22 亿欧元，占普拉托省 GDP 的 14.30%，占普拉托纺织服装产业的 49%，华人企业产生的附加值为 7.59 亿欧元，占普拉托省的 11.4%，目前欧洲市场 10% 的纺织品从普拉托的华人企业输送到欧洲的各个角落。

普拉托的华人聚集区分为生产区和生活区。普拉托郊外的伊欧楼 (IOLO) 和达沃拉 (TAVOLA) 工业区，是华人企业生产和经营的主要场所；而靠近市中心的彼斯道耶哉 (Via Pistoiese) 和法标费理哉 (Via Fabio Filzi) 两条街则构成了华人的主要生活区。

伊欧楼和达沃拉工业区纺织批发企业是当地的支柱产业，20 年前还是意大利人掌控，如今工业区已挂满了书写着中意两国文字的标牌和广告，工业区 95% 的企业已被华人并购。进入工业区的门槛很高，按照潜规则，一般的店面经营权的转让费都在 30 至 70 万欧元之间，从这一点可以看出，两大工业区的华人企业基本上都是较具有经济实力的企业。

彼斯道耶哉和法标费理哉街两条中国街，华语广告牌、灯箱更是随处可见，来来往往的行人几乎都是中国人。两条并行不十分宽敞的街道到处布满了中餐馆、金行、超市、服装店、网吧、旅行社、理发店、摄影楼等各式各样的华人店铺。在不到两平方公里的社区内仅中餐馆和中国货行就开了几十家。

从 1990 开始，尤其在 2000 年前后，普拉托当地政府对华人劳动力的大量流入持欢迎和默许的态度，来自温州和福建侨乡的众多移民得以集中地在几年时间里大量聚集到普拉托来发展。一开始这些移民仅为当地纺织服装企业从事服装外加工。进入新世纪以后，由于中高端产品市场的疲软和居高不下的生产成本，一些当地企业面临倒闭的困境，越来越多的国外移民，基本以温州地区为主的华人，通过收购或者自己创业，从开成衣厂起步，再陆续发展到相关行业，逐渐形成了以 800 多家裁剪公司为龙头，2400 多家成衣工厂为主体¹³，外加水洗、染色、印花、烫整、配饰等配套生产和加工企业，而且还陆续延伸到织布、布匹等原材料生产交易行业。温州商人延续了普拉托中小企业办厂模式，其雇佣的员工多为温州周边地区人士，成本优势明显，加之充分利用了“意大利制造”的高附加值品牌，产品物美价廉在欧洲深受欢迎。

普拉托的温州人，从个别试探到大量涌入，从为意大利企业主代工，到自己创建加工厂，再到自己成立裁剪公司，成立进出口贸易公司，进而延伸到服装产业链的各个环节，推动了普拉托快时尚产业 (PRONTO MODA) 集群的发展，并逐步催生普拉托

¹³ 2012 年普拉托有华人制造业企业 3675 家，大部分是服装企业，有 3200 家，我们的调研过程中，一般的一个裁剪公司都有 2-3 家的车衣公司为其服务，平均是 2.78 家。其中部分的车衣加工场是为单一的服装公司服务的，部分是为多家公司服务。所以大致按此比例，将 3200 家服装企业划分为，846 家裁剪公司和 2354 家服装加工厂。

的餐饮、电信、娱乐、中介等生活服务行业，构筑了地处欧洲的“温州城”，这也成为温州商人嵌入国外集群发展的典型形态。普拉托快时尚产业集群网络的演化与温州本土服装产业集群网络演化具有非常相似的演化路径和结构。以下将通过对这两个产业集群演化历程的比较，分析其社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络在集群演化中的协同作用与相互关联。

2.3 普拉托和温州服装集群的演化过程

2.3.1 普拉托快时尚产业集群的运作

“快时尚”一般是指通过国际大牌最新款发布会及其它渠道搜集时尚信息进行整合设计和生产销售，产品从设计到销售最快时间为 12 天，价格不及国际大牌类似款式的 1/10。“快时尚”每一款成衣的生产数量都很少，这样不仅减少单款的陈列，同时人为制造稀缺，带动购买欲。同时，“快时尚”每年生产的服装款式是一般企业的 3-4 倍，产品每周更替，货物售完不会再有重复款上架。“快”是指快时尚服饰始终追随当季潮流，新品到店的速度奇快，橱窗陈列的变换频率更是一周两次。例如 ZARA、H&M、UNIQLO、中国的 Me & City、MIX-BOX 和 37° Love 等等。快速、超高频率更新的快时尚，永远追随潮流的特点，则让追求时髦的人趋之若鹜，扎堆采购。

在意大利，中低端服装的生产、制作几乎都在普拉托，普拉托制造的服装约占意大利的 30%。这里生产的服装价格便宜、款式新颖，主要销往意大利及其他欧洲国家的中小商店和超市。另外，普拉托以快速和大批量的服装供应在欧洲闻名，欧洲最时尚的产品只要有客人要求，普拉托的华人都能够在不侵权的情况下实行克隆。客人按样订货，普拉托的华人批发企业一夜之间可以生产数万件，这在服装业内也应该是一大奇迹。按照一个当地老板的说法，“我们温州人在普拉托生产服装的时尚程度，像温州的海鲜一样新鲜”。普拉托的温州商人成就了普拉托在意大利，乃至全欧洲的快时尚产业中心的地位。

处于普拉托快时尚产业链高端的服装公司，也就是华人常说的裁剪公司，基本上从事服装批发行业。这些服装公司一般聚集在郊外的伊欧楼（IOLO）和达沃拉（TAVOLA）两大工业区。伊欧楼工业区华人企业占 95%以上，达沃拉工业区华人企业占 40%左右。一般拥有公司自己或租赁的店面，负责面料选择、板式设计、样本打样，吸引客户，承接订单。裁剪公司只负责布料批量的裁剪，不做缝制的工作，而让大量独立的成衣加工厂承接加工服务。成衣车间完成之后，需要染色和印花的，或者需要再增加一些水晶、珠子等配饰的，这些外加工部分大多在普拉托本地完成，并且这些配套的外加工企业大多由温州商人自己创建或从意大利业主并购的。由于都在普拉托，所以一般可在半小时交通圈内完成。而且加工时间也非常及时，大多是即时现场加工现场完成的。外加工裁剪好的布料，最后回到裁剪公司已经变成了加工好的成衣，服装公司最后负责验收、烫整、挂标签、包装、打包，最后也通过温州人开设的物流公司，送达意大利国内，或者欧洲，甚至世界市场。从客户下订单到客户收到成衣，时间短，成本低，普拉托慢慢成为欧洲快时尚中心。

2.3.2. 普拉托快时尚产业集群的演化过程

(1) 诞生阶段：1987—1992

从 1987 年第一个温州人来到普拉托，到 1992 年第一个专门供应成衣专用线锭的温州人企业的出现，标志着为普拉托当地服装企业提供配套加工服务的温州人成衣加工集群的形成。

1987 年开始的两次意大利大赦，成为温州人到普拉托的重要契机，因为大赦所提供的制度支持为后续温州人集群发展提供了保障。上个世纪八十年代以来，中国的改革开放促使大量温州人出国“淘金”，其中一部分是非法进入或者滞留欧洲的。当时，无论是从其他国家辗转过来，还是本来就在意大利滞留的温州人，都是为了获取意大利合法居留身份，这也是他们日后创业的必备条件。由于法国、德国、荷兰等其他国家的居留申请比较困难，所以意大利的大赦成为欧洲华人获得合法身份的重要契机。由于历史的原因，温州人在欧洲人数众多，联系密切，所以意大利大赦的传闻，早已经传遍了整个欧洲的温州人网络。

那么意大利有那么多的城市，为什么普拉托会成为温州人大赦的集中选择地呢？主要有三个原因：

首先，普拉托当时严重缺乏劳动力。普拉托当时有很多的中小纺织企业，而本地的意大利青年人，并不愿意从事如衣车工这样繁重的手工劳动，普拉托的纺织产业的发展面临巨大的危机（Gabi, 2012）。普拉托当时可以为外来的移民提供大量的就业机会和创业机会，所以很多温州人闻讯就纷纷来到普拉托。

其次，普拉托周边佛罗伦萨的温州人起了重要的中介和放大作用。作为温州人在意大利乃至欧洲的一个中心，也是第一个最重要的据点，温州人到欧洲往往第一站就在佛罗伦萨生存。普拉托距离佛罗伦萨只有 30 公里左右，当地的温州人具有信息优势。1990 年前后，佛罗伦萨的华人经济经历了一个危机。当时就有超过 2000 华人（多数为温州籍）聚集在佛罗伦萨圣多尼诺，主要从事箱包加工业。由于人多为患，激起了当地意大利人对华人的不满，他们认为中国人不讲文明，不注意卫生。当然更多的还是经济原因，因为意大利人认为是中国人抢了他们的箱包生意。当地居民通过各种抗议活动要求中国人搬离这个区域。因此，距离最近的普拉托自然成为佛罗伦萨温州人寻找新的创业地的首选。更多的温州人，通过他们在佛罗伦萨的温州人网络最终也来到了普拉托。

再次，佛罗伦萨的温州人凭借独特的社会关系更容易在普拉托服装业立足。佛罗伦萨的温州人大部分来自温州的文成和瑞安，他们的很多亲戚、朋友原本就在法国从事服装产业，具有服装生产的技术优势；而在佛罗伦萨的温州人已经在意大利生活和工作一段时间，具有当地语言沟通便利和资金优势。温州人之间合作的模式通常是，从法国来的华侨到佛罗伦萨找到他们的亲戚或者朋友（可以是很远的关系），然后共同去普拉托设立成衣加工厂。原来在佛罗伦萨的温州人利用语言优势开始在普拉托人的公司承接服装代工的业务，而他们从法国来的亲戚则利用技术优势负责组织生产。这一创业模式不断的在普拉托成功复制。原来在佛罗伦萨（或者意大利其他城市）的温州人，可能是做箱包的，或者是做鞋的，也开始学会了如何从事服装行业；而来自法国或者欧洲其他国家的温州人慢慢学会了意大利语。同时，在这个过程中，他们都接触到了服装产业链上下游的不同环节。温州人对产品和市场有

了更多的理解，对整个产业链的分工协作也有了更深刻的思考，也为他们将来从事为服装产业服务的水洗、印花、染色等配套产业的发展打下了基础。

最后，要归功于当时普拉托政府采用的优惠措施。为吸引各国的移民到普拉托定居，作为对当时普拉托纺织业和服装业急缺劳动力的补充，普拉托政府出台很多鼓励措施。比如，可以利用工厂作为居留的登记地，就是客观上容忍了以后遭受诟病最多的混居现象。当然，后来这些被默认的优惠没有被普拉托政府正式认可。

在这样的情况下，第一批温州人很快开始在普拉托扎根了。除了成衣工厂之外，同时一些专门为华人配套服务的机构开始出现。1992年，普拉托华人首家中国货超市——三圣超市成立，一楼是食品，二楼是日用品，解决温州人家庭日常生活用品的来源问题；还是在1992年，首家华人中餐打包店开始出现，解决了很多长时间工作没有时间自己做饭的华人的就餐问题，诸如此类的服务性的企业的涌现，解决了后续新来劳动力的各种生活问题。从此，一个以温州人社会关系网络为基础的产业集群开始得以建立，市场网络和创新网络也得到不断的发展。

（2）成长阶段：1993—1998

从1993年的第一家手工裁剪工场，到1998年第一家华人裁剪公司的出现，以及众多配套的加工和服务业的不断出现，普拉托众多商会开始成立，标志着温州人企业步入快速发展的轨道，逐渐进入产业链的高端领域。

三缘（亲缘、血缘、乡缘）关系促成了普拉托温州人的快速聚集，温州人社区像滚雪球一样，越滚越大。一旦社会网络的关系形成以后，温州人之间技术传播速度非常快。因为在国内就已经存在的亲戚朋友关系，到了欧洲、意大利和普拉托后，这个社会关系网络就开始发挥作用。只要网络的节点足够多、网络发生关系的机制确定，就可以解决几乎所有的问题。站稳脚跟的温州人开始从老家带亲戚来帮忙，而老家的同乡一旦听说普拉托容易立足和发展，就会跟着跑来找工作。¹⁴

在此期间由于大赦的关系，新鲜劳动力不断涌入。不断有温州人打工一段时间后，会离开原来的工厂，成为一家新开成衣工场的老板；他又要吸引新的劳动力帮他干活，于是他又要将国内或者欧洲其他地方的温州亲戚或朋友移民到普拉托来。如此往复，推动企业不断分裂、不断扩张，后续的劳动力会不断地跟进，温州人的新工厂逐渐增多。这样的创业模式逐渐传播开来。

由于企业主所需要劳动力、技术、市场都是慢慢积累而成，而且在产业链延伸过程中，经营线锭、钮扣等辅料的企业就自然从成衣工场中分化出来，其他的加工业也会应运而生。因为普拉托的温州人人数足够多，华人群体足够大，所以一定会通过遍及意大利、欧洲其他国家，甚至国内温州人网络的各个节点，把最需要的温州籍技能人才，通过正规的劳务输出协议，或者非正规的偷渡，移民到普拉托来。所以，普拉托华人群体所需要的各种专业技能人员，无论是生活服务上需要的技工，如厨师、理发师、摄影师等，或者是服装配套加工生产的专业人员，如电工、保全工、泥瓦匠、装修工等。他们大多来自温州地区（后来也有来自福建和东北地区），慢慢集聚到普拉托，初步形成了温州人自己的、相对封闭的产业链和生活圈。

¹⁴ “就拿我的家族来说，我是家族中第一个到欧洲的，现在我的5个兄弟姐妹，已经有4个在欧洲。”徐秋林说，“算上他们的子女就有二三十个人，再加上表亲，由我直接或者间接带到欧洲的就将近100个人。刚开始创业时，需要自己的家人过来做工、帮忙，这是很重要的。”这是欧洲的一个华人媒体对徐姓华商的采访。

1995年，普拉托的首家手机店和旅行社开始出现。手机的流行极大加快了温州人信息网络的传递速度；旅行社的出现，也为温州人往返国内外提供了交通便利。借助访谈发现，1993年前后普拉托出现了一家类似于中国裁缝铺的小工场。老板是一个瑞安人，他们一家四口人开办了一个手工裁剪的服装加工场，专门为“卖散客”（即没有固定市场，在城市和乡镇中流动，主要为移民和意大利底层消费者提供低档产品的小商贩）生产低档服装，这个小工场可能就是以后众多在普拉托的温州人快时尚产业企业（PRONTO MODA）的鼻祖。

在服装产业快速发展过程中，会有很多温州人跟当地居民甚至普拉托政府发生各种关系，比如定居手续、开设工厂、租买房屋、缴纳税收等。而且还会出现温州人内部的一些纠纷，如家庭问题、劳资矛盾等，迫切需要一个华人机构出面协调，该机构能够作为整个华人群体的代表，处理各类关系。所以，在1997年2月，作为意大利华商会分支机构的普拉托华商会成立，普拉托的华侨华人联谊总会也几乎同时成立，还有普拉托佛教会等华人组织也纷纷酝酿成立。1998年，一家叫“范佬”（音）的温州人裁剪公司，雇佣了第一个意大利设计师员工，开始了温州人企业对接意大利专业人士的阶段。

（3）成熟阶段：1999—2008

从1999到2008年，普拉托出现了专门的贸易公司和布料行，与快时尚产业的配套日趋成熟，温州人逐渐成为销售市场的主力；与此同时，温州人与当地居民和企业的矛盾开始显现。

在此阶段，产业集群中逐步出现了专门从事印花、染色等服装生产配套的温州人企业，而原来这些行业都由当地人经营；也出现了从中国进口服装和市场批发业务的国际贸易公司；以及专营从中国内地进口布料的普拉托布料行。同时，温州人的裁剪公司也越来越多，从开始在IOLO立足，最后因场地不够再发展到TAVOLA，普拉托的两大工业区已经基本成为温州人企业的天下。同时，普拉托快时尚产业集群的销售市场逐渐扩展到中东、亚洲和美洲等欧洲以外的其他的机遇，快时尚集群产业逐渐进入成熟期。

普拉托快时尚产业的合作模式基本上是差不多的，主要是通过裁剪公司的龙头作用，整合全产业链。一般是龙头的裁剪公司将已经定版的服装大批量地裁好布料，根据订单批量的不同，散发给不同的成衣加工企业。在发展到一定阶段，温商会逐步联合进入水洗、印花、染色等相对需要高投入和专门技术的配套加工企业，同时还有部分温州人就会进入为温州人的裁剪公司提供原材料的贸易行业。这个阶段是温州人在普拉托发展最快和最为成熟的时期。

（4）冲突和艰难转型期：2009—至今

从2009年开始，一方面华人企业与当地居民冲突加剧，华人企业间的竞争也更加激烈，另一方面受金融危机和欧洲主权债务危机的影响，普拉托快时尚产业的市场萎缩，产业集群出现衰退迹象，进入艰难的转型期。

2009年以来，华人与当地社团的冲突日益突出。受中右联盟支持的罗伯托·琴尼，2009年在普拉托市长选举中获胜，终止了63年来普拉托市一直由中左派掌权的局面。随着新政府上台，对当地华企整治力度明显加强，华人受到的冲击更大。当地政府

更曾派出 50 多名现役军人协助警方维持治安，在和平时期派军人维持治安，这在意大利还是尚属首次；2011 年 6 月，意大利警方在普拉托以及周边的佛罗伦萨、比萨等地针对华商进行了较大规模的整肃行动。据警方的声明，行动查封了 70 家华商企业，扣押了价值 2500 万欧元的财产。警方称，经长达一年多时间的调查，“这些企业涉嫌通过低价雇用未经登记的劳工和销售仿冒品获得高额利润，并将非法所得汇回中国”。意大利警方多次采取类似行动后，华商和当地政府之间的关系更为紧张。

这个时期，发生在 2013 年 12 月 1 日普拉托的火灾（简称为“12.1 火灾”）是最为重大的事件。火灾致 7 位华人死亡，3 人受伤。由此，普拉托华人企业的工作环境和生活方式，受到了意大利和西方社会极大的关注，引发很多的争议和批评。“12.1 火灾”事件发生以后，更是直接导致了酝酿已久的针对普拉托、佛罗伦萨、恩波利三省华人企业的大检查。当然，华人企业在应对检查中，也是各有对策。2014 年 6 月，警方在对普拉托郊外企业的检查过程中，偶然间发现了一家作坊式华人服装加工厂。经核查，该企业由一名 49 岁具有合法居留的华人经营。让检查人员感到不理解的是，这家华人企业根本没有办理工商注册登记。这是普拉托警方在针对华人企业检查中，首次发现无照经营的华人企业。针对目前的环境，一些华人企业可能就会更加短视，不会考虑长期发展。如果双方的冲突持续，将会对普拉托的快时尚产业发展造成重大影响。

近年来，随着欧洲经济的持续困难，普拉托快时尚产业市场越发低迷。随着华人企业的增多，企业间竞争加剧，盈利减少。据意大利普拉托商会 2007 年的调查报告显示，2006 年普拉托市外国人企业增长了 22.2%，而中国人的新增企业最多，占企业增加额的 10.8%，而且呈继续增长的趋势。大量同质化华人企业增加的结果，就导致普拉托的服装生意竞争非常激烈，客户不仅要货比三家，挑最便宜的货，还导致华人企业内部恶性竞争，相互降价，甚至允许客户赊账。由于欧洲经济的不景气，各地销售商的进货量与过去年份相比下降了很多，批发商的销售不畅直接导致了生产厂家的货源不足，生产商只有削减工人工资、降低成本来维持生计，普拉托快时尚产业的发展陷入恶性循环。

普拉托一直是欧洲纺织服装产品的主要集散地，过去普拉托的服装批发业基本上掌控在意大利人手中，服装行业的利润相当丰厚，一件服装从生产到批发最少也要有几欧元的利润。现在意大利人几乎被华人挤出了服装行业，华人在普拉托服装批发市场独占鳌头，但华人批发商一件服装利润却降到了只有零点几欧元，生产商的加工费更是少得可怜。

为什么在意大利人掌控普拉托服装批发市场时，该行业的利润丰厚，当华人取而代之时，行业利润却少得可怜，这恐怕与华人企业间的无序竞争不无关系。意大利企业经营者一般都是墨守陈规，经营模式比较老套，而华人正是凭借着灵活经营，在普拉托占领了原本属于意大利人的市场份额，但灵活之中华人企业之间的恶性竞争又把华人企业推向了新的危机。普拉托华人华侨联谊会秘书长在接受记者采访时¹⁵，2011 年的生意不太好，不少华人公司关门。虽然这两三年陆续有华人回国，但今年回国的人更多，其中一部分人本就没有身份，经济状况不好，再待下去也赚不到钱，还有一些是受到打击的企业家，有的被罚款几十万、上百万欧元，有人甚至面临走

¹⁵ 2011 年 12 月 15 日 14:51 新华网，华人感叹普拉托在走下坡路

私、行贿等起诉。他还说，经济危机对普拉托影响很大，整个欧洲市场购买力都在下降，订单缩水严重。一位当地华人老板说 2011 年生意很惨淡，他的销售额比过去一年相比下降了 30%-40%。

这个时期，普拉托的华人企业仍然在增多，但市场开始出现萎缩，与当地社团的冲突不断，竞争加剧，利润减少，普拉托的温州人快时尚产业企业目前正处于困难的转型期。

2.4 普拉托和温州服装集群发展的网络演化解释

历史证明了产业集群的成长过程存在某种生命周期形态，存在一个从形成到衰退的过程。Tichy (1982) 从时间维度考察了产业集群的演化过程，将产业集群的生命周期划分为诞生阶段、成长阶段、成熟阶段和衰退阶段，如果考虑普拉托的实际情况，我们认为可以将普拉托的快时尚产业集群划分为诞生阶段（1987-1992）、成长阶段（1993-1998）、成熟阶段（1999-2008）、冲突和转型期（2009-现在）。集群产业的发展过程就是集群网络的演化过程，主要表现为集群网络结构的不断优化。随着集群的发展，集群中形成的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络也在不断优化，集群内节点关系不断合理化、有序化和高级化。

普拉托快时尚产业集群经过短短二十多年的发展，便获得了欧洲快时尚中心的美誉，可以有很多的解释。Gabi (2014) 教授应用工业区及相关理论，很好地解释了这个集群的起源和发展。为了更好地解释普拉托独特的现象，以下我们将从集群网络演化的角度，尤其是集群社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的演化，结合与温州的比较，解释普拉托快时尚集群的发展历程。

集群网络是由网络的节点和节点之间的连线构成的，节点和节点之间的连线是网络构成的两个基本要素。集群内节点间的关系从性质上分有三类，分别是基于信任的社会联系、基于契约的市场联系和基于联盟的交易联系¹⁶。考虑对于集群功能和节点间的关系性质，我们可以将集群网络分为社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络。任何一个集群都存在着由集群的社会个体（人）为节点，以他们基于血缘、亲缘、地缘等信任联系所构成的社会交往关系，这些节点间的连线结成了集群的社会关系网络。社会关系网络主要维持集群内的最基本的人与人的社会交往；其次，产业集群的市场交易是由原材料供应商、产品生产商、产品销售商以及其他服务于产业集群的管理、运输、饮食服务等中介机构组成。这些企业组织之间纵向存在市场交易关系，横向存在市场竞争关系。由集群内部的各个市场主体，包括供应商、生产商、销售商、中介机构等为节点，以它们之间基于契约的市场联系为基础，结网所形成了集群的市场关系网络。市场关系网络，通过契约关系维持了市场主体的交易关系。最后，集群内由许多具有创新能力的企业的研发部门、当地大学、科研机构、政府部门，他们对集群的创新起着规划、引领等作用，他们间的联盟联系，推动了集群创新的发展。在集群内将这些基于联盟联系的节点结网，就形成了集群的创新网络。社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络，是集群内三种不同类型的网络，其中社会关系网络是最基础的网络，决定了市场关系网络和创新关系网络的发展，同时市场关系网络和创新关系网络也相互影响，产业集群网络实际上是

¹⁶ 李志刚，汤书昆，梁晓艳，赵林捷，产业集群网络结构与企业创新绩效关系研究，科学学研究 200807

由社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络叠加而成的一种复合网络。三种网络的协调方式和发展路径决定了集群发展的速度、质量和可持续性，也决定了集群网络的演化形态。

下面我们将分别对三个网络在普拉托快时尚产业四个阶段中各自的发展路径与相互作用关系进行分析。

1. 诞生阶段：1987—1992

在快时尚产业集群的诞生阶段，普拉托温州人利用了其复杂和庞大的社会关

系网络，成功地吸引了众多的温州人源源不断地进入普拉托，使其成为普拉托最多的外国移民群体，并且与当地的意大利企业和社区建立了初步的合作关系。同时通过遍及意大利和欧洲的温州人社会网络初步建立了快时尚的市场关系网络，创新关系网络在这个阶段尚处于萌芽状态。这个阶段，主要是建立了温州人内外部的社会关系网络的雏形，为市场关系网络的产生构建了平台，为创新关系网络的发展奠定了基础。

社会关系网络。在普拉托快时尚诞生阶段的初期，也就是 1990 年前后，普拉托的纺织业面临劳动力极度短缺，而当地意大利的年轻人却不愿在当地纺织企业承担繁重的劳动（类似于 30 年后的中国的南方城市的青年人）（Gabi, 2014）。因此借助温州人内生、复杂而庞大的社会关系网络，源源不断地吸引在意大利和欧洲其他地方，甚至还远在中国国内的温州人到普拉托来。

当时佛罗伦萨是温州人在意大利甚至欧洲的社会关系网络的中心。1990 年前后，佛罗伦萨已经逐渐替代巴黎成为欧洲的箱包中心，大约有 2000 多温州人¹⁷从意大利和欧洲各地来到这个城市，主要从事箱包的加工、零售和批发，而且经佛罗伦萨重新到意大利和欧洲各地开发新的箱包市场的温州人也非常多，这样就形成了在欧洲的温州人网络。

当时意大利的几次大赦，成为很多温州人获得在欧洲居留的一个重要契机，因此他们通常先来佛罗伦萨，再转到普拉托办理大赦手续。当时来这两个地方的华人，尤其是温州人非常多。中国前驻佛罗伦萨总领事李润甫先生曾向《欧洲时报》记者回忆了 2002 年意大利大赦时期的情景：那段时间，每天来总领馆办各种证件的中国侨民不计其数，“总领馆内外都是人，而且把临近街道挤得水泄不通”。另据佛罗伦萨访谈的华侨回忆，第二次大赦，也就是在 1990 年前后，在佛罗伦萨和在普拉托市，都设立了大赦的临时办事点，也出现了同样的情况，“很多人为了能拿到号彻夜不眠，等候在小广场上”。意大利人搞不懂了为什么会一下子出现这么多中国人，而且他们竟能够在两个多小时里就聚集起 4000 至 5000 人，而他们自己这里要组织一次这样的聚会，起码需要半年。

其实，对于温州人这个现象是非常容易理解的。由于佛罗伦萨作为当时意大利温州人的社会关系网络的中心，通过亲缘、血缘和乡缘等各种社会关系建立的强弱联系，吸引各地的温州人到普拉托办理大赦手续，并在普拉托就业和创业。由于当时在意

¹⁷ 来自：佛罗伦萨会长访谈记录。

大利和欧洲，具有合法的居留身份的温州人并不是很多，大多数偷渡出去的温州人群体还没有机会解决合法居留问题，因此这个人群一直关注如何利用大赦的机会获得身份。无论在意大利的温州人，还是在欧洲其他国家的温州人都一直保持联系，寻求各类信息，准备随时到意大利登记大赦。而且当时的规定，获得大赦身份需要一个工作岗位。因此，普拉托需要工人，当局又出台了一些优惠措施，先期到佛罗伦萨的温州人近水楼台先得月，凭借懂意大利语的优势和对意大利经营环境的相对熟悉，自然就成为能够在普拉托开设工厂的企业主的最佳人选。普拉托 1991 有登记的华人只有 1009 人，到 1995 年则超过了 5000 人¹⁸，就可以说明这段时间成为普拉托吸引温州人到来的一个重要阶段。

温州人到了普拉托以后，开始时开设成衣加工厂；懂意大利语的人，出去找意大利的裁剪公司承接成衣的加工业务；而懂技术的人，主要来自法国的温州人。因为他们原来偷渡前往法国的时候，大部分人主要在巴黎及周边地区从事服装加工。

在集群的诞生阶段，温州人要在普拉托生活和工作，是将温州人整体的社会关系网络嵌入于当地意大利人的社会关系网络。如果要把温州人的社会关系网络相对的加以内外区分，他们原来固有的社会关系网络是属于内网，而与普拉托当地意大利人的社会关系网络就属于外网。温州人进入普拉托，将内网与外网建立了链接。在集群的诞生阶段，内外关系网络还是互补的。因为无论是意大利企业主还是意大利的房东，当时对于温州人采取欢迎的态度，他们各自得到了急需的成衣加工的劳动力和比较慷慨的房客，所以他们对于温州人早期也非常友好。早期温州人甚至在路上就可以随意搭意大利人的顺风车，反映了两个市场主体之间良好的合作关系。

市场关系网络。正是通过温州人的社会关系网络，持有合法居留证的千万温州移民从此踏上了创业征程，而且建立了初步的市场关系网络。最初的市场关系主要是意大利裁剪公司与温州人成衣加工工场之间的关系。作为分包商或转包商，温州商人在这个市场关系网络是比较弱勢的，属于从属的位置。1989 年创立的第一家温州人成衣加工厂，就为以后的温州人来普拉托树立了一个非常好的典范，也成为市场关系网络的一个原始节点；1992 年成立了华人第一家服装加工线锭批发和零售商家，也是市场所急需的温州人本身的分工协作关系；同年还在普拉托出现了第一家华人的中国货超市，也是温州人的社会关系网络向着市场关系网络拓展的一个案例。

在集群的诞生阶段，集群内部主要还是以社会关系网络发展为主，市场关系网络和创新关系网络尚处于萌芽状态。温州人之间原来在中国国内存在的“三缘”关系延伸到了普拉托，社会关系网络为普拉托的温州人提供了更多的资源以及更广泛地市场机会，成为以后市场关系网络和创新关系网络发展的基础。

2. 成长阶段：1993—1998

在成长阶段，温州人内部的社会关系网络得到深化和发展，开始出现了各类的商会或同乡会，社会关系网络的密度增加；市场关系网络发展加快，出现了第一家华人的裁剪公司，也出现了手机店、旅行社等配套服务机构；创新关系网络开始出现，温州人企业从支付意大利人信息费逐渐发展为直接雇佣意大利设计师。

¹⁸ 来自：普拉托一个华商访谈记录

社会关系网络。随着更多的华人移民，主要是温州人的到来，华人与意大利人之间，华人与华人之间，慢慢就会出现一些矛盾，已经不能单凭华人个体的力量来处理，因此迫切需要一个华人的组织出面协调和帮助解决各类矛盾。在成长阶段，温州人社会关系网络得到深化的一个最重要标志是 1997 年成立的普拉托华商会和普拉托华侨华人联谊总会。以普拉托华商会为例，该商会始建于 1997 年 2 月，全称“意大利华商总会普拉托华商会”，是普拉托最早成立的以温州人为主的商会，有一百多个会长团成员。根据商会网站所示，该商会的宗旨为促进意中两国间的经济、贸易和文化交流与发展，促进两国人民的团结和友好往来；互助协作，维护华人华侨合法权益，帮助侨民了解和遵守当地法律法规，鼓励侨胞融入主流社会；为繁荣居住地的经济和文化事业贡献力量。华商会是一个非盈利的自愿者社团组织，会员以企业家为主，吸收住所在意大利的华人和意大利人企业及个人为会员，也接纳住所在中国的企业及个人为会员。现有成员中经营的行业包括服装、皮包、皮鞋加工，餐饮、贸易、超市、旅游、建筑、酒业、进出口贸易等。目前商会已经产生六届会长¹¹。

从商会宗旨来看，商会的工作主要分成两块，一是促进华人企业与当地企业的合作和融入，即推动温州人内外社会关系网络间开展充分交流；二是华人企业间的协作与维权，主要关注温州人内部社会关系网络的调整与维护。普拉托其他商会或同乡会的宗旨和组织性质相差不大。成立各种商会的作用是更好地为温州人和温州人企业在普拉托的发展提供话语权，促进温州人的社会关系网络从无序到合理有序和高级化的演变。

商会成立以后大多围绕上述两个方面去做工作。历届普拉托华商会会长，每年都会参加政府组织的关于移民问题工作会议，总是要代华人说出心声，代华人提出要求，使得普拉托市政府和移民局对华人的问题更加重视和尊重。同时商会也给普拉托当地机构提供帮助，如 1998 年就曾捐款给普拉托医院，帮助购买急救车等；同时商会也会做一些工作，大力协调会员关系，维护委员权益，如处理会员之间的纠纷，甚至要解决会员的家庭矛盾等。这些工作，都推进了温州人社会关系网络的深度和广度的发展，强联系与结构洞的确立不仅形成了基于“三缘”关系的高密度的内部社会关系网络，也逐步推进了与当地意大利人及其企业的关系。

市场关系网络。由于产业链进一步分工，特别是温州人开办裁剪公司以后，很多成衣加工场开始与裁剪公司合作，也出现了成衣加工场间相互转包等不同的合作形式；而且在 1998 年前后，还出现了一些专门从中国进口布料到普拉托的批发企业。市场关系的扩展和延伸迫切需要对温州人之间交易关系的契约治理来予以完善。虽然，温州人的社会关系网络，可以帮助建立最早的市场关系，但由于人数众多，在普拉托会出现更多不认识的，或者根本找不到有效联系的温州人。这些相互认识或不认识的温州人，都需要在交易市场上以订单、合同等形式，确定契约关系，集群的市场关系网络得以顺利发展。当然，由于温州人的社会关系网络非常发达和紧密，很多早期市场关系的契约并不非常规范，甚至没有合同等文本，简单到在单据上签字即可，甚至很多是通过口头协议的。随着温州人企业的增多和分工的细化，更多的市场关系得到建立，集群的市场关系网络也慢慢扩展。

创新关系网络。此阶段，创新工作的主要任务还是服装款式的设计问题。很多温州

¹¹ 历届会长：第一届、第二届（1997-2000 年，2001-2003 年）会长：董文扬；第三届、第四届（2004-2006 年，2007-2009 年）会长：何坚；第五届（2009-2011 年）会长：赵维新；第六届（2012-）会长：王增理

人初到普拉托时，大多给意大利服装公司打工，做一些初级的成衣工作。待他们做老板后，就雇佣当地的意大利人提供最新服装款式信息，每月支付 2000-5000 欧元的信息费，惟一的条件是不得将“情报”同时提供给华商竞争对手，所以几乎每家华人服装商都有自己的信息来源。集群的创新网络节点，就开始链接到意大利企业原来的创新体系，但还是非常零散、不系统的弱联接。华人自己的创新工作大多就是模仿或者直接复制。

在集群成长阶段，集群网络开始发生变化。温州人在保留已有社会关系网络的基础上加大了网络重构活动，以期与能够获取关键资源的当地社会关系网络形成对接，在注重内部社会关系网络的优化和高级化的同时，市场关系网络通过各种契约形式得到了加强，部分的社会关系网络转化为市场关系网络，从信任关系转变为契约关系。创新关系网络还是利用了社会关系网络的外部溢出效应，零散的融入意大利企业原来的创新体系，借助意大利企业的创新网络建立其创新资源的传递通道。集群成长阶段中三种网络的互补关系得到了更多的加强。

3. 成熟阶段：1998—2008

集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络在成熟阶段均得到了很快的发展。温州人的外部社会关系网络很好地帮助企业融入了普拉托的经济，而内部社会关系网络则更多偏重将网络联系强化，成立更多、更细、更专业的组织，更注重对人的关怀，如教堂、佛教会、妇女会，甚至成立了温州侨乡各个镇、村的同乡会；市场关系网络则围绕产业链快速拓展，几乎覆盖了产业链的各个环节，裁剪、成衣、染色、水洗、印花、配饰等生产环节都有温州人企业参与，而且在原材料供应、物流运输、金融、生活服务、租赁、中介等也有温州人企业进入。市场关系网络逐渐成为普拉托温州人的最重要的关系网络；创新关系网络也得到发展，温商收购或者创立拥有电脑印花、自动裁剪机、自动印染机等创新设备的企业，出现了华人自己的设计师、会计师、律师等创新节点，使得创新关系网络中心节点大量增加。另外，意大利的设计师、工程师、会计师等当地创新节点也融入温州人的创新网络，并逐渐形成创新关系网络的强联系。

社会关系网络。在成熟阶段，虽然华人数量众多，但他们几乎集聚在华人自己的生活和社交圈中，很少和当地人交流互动。当地居民对华人社区快速膨胀也颇有微词，因为大量外来移民在较短时间内迅速涌入，使得卫生、医疗、教育、治安等一系列社会负担陡增，小小的普拉托显得有些容纳不下。由于华人和当地人生活习惯存在很大差异，温州、福建等地的移民在国内习以为常的生活方式在普拉托人看来属“格格不入”，双方又缺乏有效的沟通渠道，意见和矛盾自然日积月累。这个阶段，温州人社会关系网络更加注重关系融入的培育，特别是对慈善、文化体育事业的支持等，努力建立各种与意大利社会关系网络的联系。如普拉托排球俱乐部由于资金困难找到了普拉托华商会，通过会长们的带头作用很快为排球队募集了经费。商会还曾为意大利音乐家得白血病的女儿捐款等。另外，普拉托的温州人还通过举办中国文化活动，邀请当地意大利人参与，以文化为载体将当地居民纳入了温州人的社会关系网络，帮助温州人更好融入当地的生活。

市场关系网络。普拉托温州人企业的经营活动基本独立于当地经济，当地温州人经济圈也越来越自成体系，很多企业几乎不需要和意大利经济构成任何“交集”就能

发展下去。几乎所有快时尚产业集群内的生产服务和产业外的生活服务，都有温州人企业涉及，而且越来越专业、高级。有更多企业从裁剪公司分化出来转变为各种生产服务的提供商，如布料销售、染色、印花、水洗等，其设备和生产规模也逐渐提升。部分温州人转向生活服务，市场上陆续出现了海鲜店、酒吧、咖啡屋、蛋糕店、理发、婚庆服务、旅馆等新兴行业。这个阶段，普拉托快时尚产业集群几乎所有的商业活动，都可以通过市场关系网络进行。在快时尚产品的采购商中开始出现温州商人的身影，标志着一个重要的市场关系开始出现。早期来普拉托的客户，基本上来自意大利国内和欧洲，很少有温州人。2001年以后，意大利国内中国货的二道批市场大量出现，原来从罗马批发的温州籍经营户，开始注意到普拉托快时尚产业的发展优势。普拉托代表了更新的款式、更快的速度、更小的批量、更好的销售，越来越多的温州籍服装经销商、批发商和零售商（包括卖散的人），都纷纷来到普拉托。大约在2005年前后，开始有来自欧洲其他国家的温州人到普拉托采购服装，而且逐年增加。集群内的市场关系网络开始延伸到欧洲和国际市场。

创新关系网络。在成熟阶段，创新关系网络中的联接程度进一步加强，开始出现大量的华人（温州人）自己的设计师、打版师、会计师等。几乎每个服装公司都有自己的设计师，最常见的设计团队包括：1-2个专职或者兼职的意大利设计师，加上华人设计师；由于老板对市场有着敏锐的把控，有时候老板也参与产品的设计和订版；最后借助华人打版师对成衣设计进行修改和组合，能够较好的实现服装设计的创新。随着普拉托服装产业区对产品品质提出更高要求，温州人在产品工艺上的创新力度逐步加大，相继引入了新的电脑印花机、自动裁剪机、印花和染色机等，但关键的工序控制、设备操作和染色配方等环节还需要意大利的工程师参与解决。在集群的成熟阶段，更多的意大利专业技术人才与温州人企业进行融合，构成了创新关系网络的标志性事件，但这些创新还处于非常初级的阶段。尽管在产品创新、工艺创新等方面有所突破，但最关键的管理创新依然裹足不前，几乎还是老板加老板娘的形式，没有管理制度，没有管理团队，没有职业经理。

在成熟阶段，集群内的三种网络，相比过去的两个阶段而言互动更为频繁，温州人在普拉托内部的社会关系网络不断转化为市场关系网络。随着温州人的社会关系网络逐渐延伸到意大利各地和欧洲，中国贸易城开始在欧洲流行，温州人是这些商城的主要经营者和开发商，而服装是作为各地中国贸易城（包括意大利以外欧洲其他地方）最重要的品类，温州人的“三缘”关系自然就会将普拉托从事生产批发的温州人与二道批的温州人联系起来，社会关系网络就会转化为范围更大的市场关系网络。同时，由于市场关系网络的发展，普拉托温州人的社会关系网络也得到加强。除去生意上的关系，在宗教信仰、慈善帮助、社区服务、华人联谊、权益维护等方面，市场关系网络也能够促进温州人的社会关系网络的日益紧密，出现更多的华人组织。创新关系网络由于受到社会关系网络和市场关系网络的双重影响，加速了与意大利创新体系的接轨与融入；通过市场关系网络，与更多的高级服装设计师、高性能的技术设备供应商建立网络链接，创新关系网络也得到快速发展。创新关系网络，也会带动并促进社会关系网络和市场关系网络的有序演化。更多的高素质意大利设计师成为温州企业主的朋友和伙伴，共同推动了企业的良性发展，这就是一个很好的佐证。

4. 冲突和转型阶段：2009—至今

在冲突和转型阶段，温州人原来的经营方式在当地遇到了越来越大的社会压力，当地社会越来越关注华人增加、华企“失控”造成的负面效应，甚至连部分当地官员也一直强调华裔族群融入当地社会、华人企业与当地企业融合产生的消极影响。温州人和温州人企业与当地人和当地企业的冲突逐渐升级，社会关系网络开始越来越多的遭遇到网络内外的负面遏制，社会关系网络对市场关系网络以及创新关系网络的引领作用正在消退，无法深度融入当前普拉托快时尚产业集群，面临艰难的转型进程。

社会关系网络。在集群内的温州人已经基本上形成了人与人之间交往的规范，社会关系的内部网络基本得到稳定。商会内部开展的各种活动，进一步加强了会员之间联系，而其他一些专门以温州人为主体的筹建的组织，如天主教堂、佛教堂等也有更多普拉托的温州籍居民和其他华人参与。同时，分属于不同商会的温州人群体有了更多的沟通与交流，组织了一系列的合作项目。在与当地人的社会关系网络进行对接时，开始以整体华人形象出现，也加大了华人在社会关系网络中的话语权。但与意大利社会关系网络的对接时，仍旧处于弱势的地位。

从 2009 年初普拉托市新一届政府就职开始，温州人和温州企业的融入环境更加紧张，警方针对华人企业的检查从未间断。在各类检查中，问题集中表现在混居（吃住在工厂）、非法用工、没有合法身份、卫生差等方面，导致当地社会对华人的诟病不断，也引发当地人士对华人盈利模式的质疑。为此，普拉托华商会与普拉托手工业协会联合举办多次研讨会，研讨普拉托华人企业的安全问题和黑工问题，得到了当地政府的肯定。同时为了解决工业区的治安问题，2011 年，普拉托华人华侨联谊会、普拉托华商会、旅意福建华人华侨同乡总会、普拉托华人华侨佛教总会召开联席会议，共同商讨如何解决工业区的社会治安问题。时任中国驻佛罗伦萨总领事、当地知名侨领、企业界人士共同出席了联席会议。罗马大学教授、著名意大利防控技术专家应邀列席会议，并对加强工业区安保工作提出了具体的建议和意见。普拉托华商会等所举办的各种与意大利人和意大利机构的对话和讨论等活动，就是在构建对外的社会关系网络。这些社会关系网络的构建，加深了当地意大利业主与温州企业主的相互理解，也让当地政府看到华裔侨团的作用。虽然温州人企业与本土企业的冲突一直存在，但是社会关系网络的构建一直在持续，不断对受到侵蚀的社会关系进行修复。2014 年 9 月开始的、针对华人企业的“大检查”，是“12.1”火灾后冲突的高峰，同时也说明温州人的社会关系网络在经历二十多年的磨合后依然未能与意大利人的社会网络完全融合。

市场关系网络。2008 年的金融危机并没有给普拉托快时尚产业集群造成很大影响，相反由于集群的定位是中档和低档的服装，因此一直到 2010 年，普拉托服装产业的整体形势依然上行；更多在意大利和欧洲其他地方的温州人愿意到普拉托来进货，进货的量也更大；在产业链的延伸方面，更多的温州企业从事布料进口，既有来自中国，也有来自土耳其等其他国家的布料；同时在普拉托甚至还出现了温州人的织布企业，更好的印花、染色等配套企业也逐渐出现。市场关系网络的密度日益加强，普拉托内部的市场关系更为密集和强化；网络的边界也日益拓展，早已超出了普拉托的地域范围。但在 2011 年以后，普拉托市场同意大利的很多中国贸易城生意一样，也遭遇了严重下滑的局面。特别是部分企业的拖欠款和企业主跑人，造成了市场的重大恐慌，市场关系网络遭受重大的破坏。

创新关系网络。普拉托华人企业总体特点一般被认为是规模小，个体经营多，生产

水平和生产能力处于中下等。目前，普拉托还拥有一些意大利纺织行业的龙头企业，能够提供高质量的纺织原材料；而温州人的服装企业大多依靠中国布料的进口，或者针对市场上已经有的布料进行二次开发，缺乏直接从布（原）料开发的源头创新。尽管普拉托本土企业呈收缩之势，但意大利政府希望普拉托在纺织业的美誉度能够长久保留。如果创新关系网络能够将意大利的创新资源融入，那么就可能使得普拉托纺织服装业继续保持其欧洲快时尚产业中心的地位。但是迄今为止，普拉托服装产业链的源头创新环节还未有温州人切入，服装集群网络的突破式创新能力有限。

普拉托政府也开始重视这方面的合作。普拉托前市长琴尼（Roberto Cenni）曾提出谋求与中方合作设立纺织工业技术研发中心，除了体现技术开发本身的优势，更希望通过引入政府资本谋求与中方的可持续的长久合作，为普拉托当地传统优势企业开拓新的发展之路。2010年2月2日，提出此意向的省政府主席 Lamberto Gestri 建议同华商代表团举行协商会议，针对产业集团的协调发展问题制定相应条例，期望通过在两个区域间建立对话渠道，在法律制约的条件下，达成合作双方在经济上获得共赢。Gestri 解释道，“开通对话渠道是一个战略性的抉择，这一条道路可能会走得很漫长，但却是必需的”。改变高压政策，从之前的竞争对手转变成盟友，共同走出经济危机，这将是普拉托华人企业与当地企业实现双赢的可行方案，也是对构建普拉托快时尚产业集群创新关系网络的前瞻性判断。

在冲突和产业转型的阶段，一方面集群的社会关系网络继续向外部网络扩展，也得到了当地社会的一些积极反馈，但由于市政府领导人的更迭，延迟了产业转型的升级过程。意大利和欧洲各地的中国商贸城的温州商人已然成为普拉托快时尚的主要客户，市场关系网络在社会关系网络的推动下，不断向普拉托以外的地域结网。由于创新关系网络受制于社会关系网络和市场关系网络，不稳定的政治预期使得创新关系网络的发展远远滞后于其他两个网络的演进。

在普拉托快时尚产业集群的演化过程中，温州人构建的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络也随之发生演变。通过与当地网络的对接和融合，温州人既学习了很多先进的技术、组织方式，同时也将意大利经济的一些阴暗面带到了集群的发展中。由于官僚体制、贸易保护主义政策和有组织犯罪活动，不少人认为意大利是西欧商业环境最糟的国家。当然在普拉托，经过数年的闯荡，商人们成功开拓了一个全新的经营模式。这里最常见的手法就是，开一家新工场，在税务警察找上门来之前关门。然后换个名称，在原来的地方再经营，当然这时又可以用新的纳税编码，当然这需要见多识广的意大利税务顾问的帮助¹⁹。而早在1990年代，当意大利人委托温州人成衣加工的时候，早已按照这种模式施行，因而并非温州商人原创。根据我们访谈的结果，普拉托规模稍大的温州人企业，没有一家不曾被意大利企业拖欠过的。有的意大利企业主让女儿顶替父亲原来运营的企业并拒绝偿还巨额加工费；有的搬离原地址并在异地重新开业的，不一而足。由于社会关系网络和市场关系网络的相互渗透，货款拖欠、业主恶意更迭等不良的经济关系开始在温州人企业之间、温州企业和意大利企业之间，服装公司和代工工厂之间，批发商和经销商之间频繁出现，阻碍了集群网络的有序演化。这也是社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络发展的副产品。

¹⁹纽约时报，2010年9月12日

2.5 普拉托快时尚产业集群演化中出现的问题

温州人的大批涌入促成了普拉托快时尚产业集群的形成与发展，普拉托在意大利乃至欧洲的快时尚中心的地位也源于集群网络的不断演化；由于集群网络中社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的发展未能在嵌入程度、网络密度、网络规模等层面形成耦合与协同，导致普拉托集群网络呈现出局部失衡的问题，阻碍了集群网络的转型升级。

2.5.1 文化嵌入程度较弱制约了社会关系网络的纵向拓展

1、华裔群体（主要是温州人）群体未能完全融入当地的主流生活。温州人与当地人的交流很少，仅仅局限于业务往来，很少涉及艺术、体育、教育等方面的深入交流，绝大部分的温州人并没有融入主流普拉托居民的生活方式，生意和赚钱是他们最大的工作和爱好。大部分在普拉托从事快时尚服装生意的温州商人掌握了基本的意大利语，在业务沟通上完全没有问题，但他们几乎不与当地人交流关于生活态度、艺术欣赏、体育比赛、教育发展等与生意不怎么相关的话题。温商群体与当地人群缺少沟通，无法形成共享的价值观与行为规范，导致相互之间存在的认知偏见与误解成为必然。

2、华裔群体的参政议政意识缺乏。目前法国巴黎已经有多名华人担任各级议会的议员、市长，华人（主要也是温州人、青田人）参政议政的热情高、参与程度深，参与的人数也一直在增多。但普拉托的温州商人参政议政意识薄弱，无法借助政治渠道扩大社会资本的影响力与辐射范围。

3、华裔群体尚未承担社区的社会责任。虽然，普拉托温商群体的经济状况与1990年代初期比较，得到了很大的改善；但他们对于所在社区的社会责任还不够到位，在环境保护、安全生产、税收缴纳、员工福利等方面未能承担相应的社会责任，与当地声誉好的意大利企业相比还存在一些差距。

2.5.2 市场制度不健全导致市场关系网络发展不规范

1、集群企业与当地意大利企业之间付款方式的不规范。由于温州人早期替意大利服装公司进行成衣加工时，大多有过被欠加工费的经历，主要原因在于温州人与意大利企业的交易并没有完全按照交易的实际金额进行核算，部分交易是以现金的形式私下完成。上述情况不仅存在于服装公司与批发商、零售商之间的交易，也存在于加工企业与成衣公司之间的结算，甚至在温州人租赁当地人的房屋交易中也存在类似的支付方式。这样就会导致市场的交易额被低估，应缴税收相应减少。当然，温州商人之间的交易也存在类似情况，但紧密的社会关系提高了违约的机会成本，拖欠加工费的情况相对较少。最早到普拉托的温州人与意大利人产生市场交易关系时，就没有明确的市场规范，这种商业习俗沿用至今。虽然目前意大利主流社会认为大量温州人内部之间的交易不规范，但究其历史原因，主要还是意大利本身税务环境的问题所致。制度的不完善导致市场契约纽带弱化，温州商人与意大利商人之间难以建立持续的商业信任。

2、集群内部企业间的相互欠款太多加大了现金链的偿债风险。由于普拉托快时尚的服装公司在进行批发业务时，经常没有办法一次性拿到全额的货款，所以服装

公司就会以这个名义拖欠成衣加工厂的加工费，布料公司的布料款，印花企业的加工费、衣架公司的货款、物流公司的货运款，甚至是中餐打包店的伙食费等；从而导致部分的相关企业再次拖欠原料费，甚至是一线工人的工资等。市场关系网络不规范，一旦一个环节或者某个企业出现了恶意拖欠，就会导致整个集群行业、所有的集群企业卷入这个恶性循环。整个行业的现金回流困难，债务链拖长，资金链脆弱影响普拉托快时尚行业的稳定发展。

3、集群企业生存周期太短，无法培育品牌和品牌企业。根据普拉托商会 2008 年第三季度的统计数据，华人企业数量为 3875 家，其中 2926 家企业从事服装行业，企业平均寿命为 18 个月。集群内华人服装企业的平均生存周期只有一年半，许多意大利媒体认为中国企业经常迅速开张，不久之后又关门大吉，以逃避检查。事实上，很多意大利的企业也是如此，企业的换名率比较高，以此摆脱债务风险。企业经常变更不仅不利于产生名牌产品，更不可能打造名牌企业。这也是当地人对华人企业的一个诟病，和 PRADA、AMARNI、GUCCI 等意大利的百年知名品牌相比差距甚远。从普拉托 2013 年的特雷萨服装厂火灾事件调查中，我们也能够初见端倪。检方表示，当局花费了数月时间，以证实名为林姓女子是否是这家工厂的实际老板，而名义上的工厂业主只是一个幌子。检方认为，特雷萨服装厂是林姓女子在同一幢建筑内运营的第四家企业；而辩护律师则表示，该林姓女子只是特雷萨服装厂的一名雇员，从未拥有过任何注册在这个地址的企业。企业生存周期短是温州人应对市场风险和政治风险的、不得已而为之的常见举措。

4、集群企业的国际贸易汇款流程不规范。根据意大利银行的统计数据，普拉托向中国的汇款一直呈递增趋势，2009 年达到 4.64 亿欧元。普拉托前市长罗伯特·切尼表示，华人每年汇往中国的钱，相当于普拉托国民生产总值的 7%。占全意大利国民生产总值的 0.4%。华人认为这部分的钱，应该是他们用来做布料等进出口生意的周转资金，并不是他们的纯利润。意大利警方却一直没有放过华商，他们通过暗中监控一些汇款公司，发现很多中国人的汇款额与自己的营业额、工资、产值不相符。究其原因，多为华商在国际贸易中的操作不规范，没有按照意大利的法律严格执行所致。

2.5.3 创新滞后导致创新关系网络发展受限

1、集群内的产品档次较低，附加值不高。普拉托快时尚产业集群虽然产销量很大，2009 年一年的产量达 3.9 亿件，但附加值并不高。特别是随着集群内温州人企业之间的恶性竞争不断加剧，利润空间进一步压缩。集群内大部分产品的档次低，基本上是定位于意大利的中下层消费者。虽然近年来产品逐渐高级化，但整个市场的定位还是集中在比较低的水平。表现在拥有自主知识产权的新产品太少，面料研发、印染工艺升级以及新品设计等创新活动太少，所以服装所内含的创意、技术、时尚度不够，附加值不高。

2、集群内原始创新少，模仿和复制比例高。由于集群内大量同质的、小型企业的聚集，加上温州人社会关系网络的相对发达，推动了服装产业相关技术的外溢，导致了早期温州人企业之间的相互模仿和复制成本极低。普拉托快时尚产业集群的企业一般规模小，大量的企业员工数只有 10 人以下，包括一两位意大利设计师，而老板几乎就是“万能”的、唯一的管理人员。几乎没有温州人企业设置了管理层级，最多就是老板和老板娘对内外业务进行大致分工，就能够决定几乎所有的工作。由

于缺乏基本的技术开发人员和管理人员，企业员工缺乏创新能力，创新意愿低下，所以企业间的技术和管理的外溢还是基本依托最原始的口碑传播，源头创新能力较弱。

3、集群内缺乏公共创新平台，创新服务不够。普拉托快时尚产业集群在发展中，缺乏公共创新平台，创新服务能力欠缺，影响集群创新关系网络的发展。在现代产业集群发展过程中，创新平台的建设历来被认为是重要的辅助手段。在普拉托的快时尚服装集群发展过程中，为大量小企业提供创新服务的公共平台极为缺乏，既没有提供诸如设计、测试、税务等公共服务，也没有与科研机构、高等学校进行合作开发。曾经与中国政府签订的中意纺织品研发中心，也只是限于协议层面，并没有具体落实。

2.6 温州服装产业集群演化的经验和教训

上世纪 80 年代，温州服装行业形成初步的产业链。上世纪 90 年代，通过引进国外的先进设备和工艺，提高产品质量，调整产品结构，涌现出一批核心企业，服装成为温州的支柱产业。2003 年以后，温州服装行业不断通过虚拟经营、国际合作、合作联盟以及贴牌加工的形式创立品牌并逐步开拓市场。2009 年以来，在温州地区逐渐形成涵盖纺织印染、配饰及辅料生产、研发设计、产品展示、商务洽谈为一体的服装产业集群。特别需要指出的是，温州的服装集群还包含很多小的集群，如鹿城的男装（七都镇的西装；永嘉珠岙的童装；藤桥的外贸女装；瓯海的休闲服），构成了更为多元的服装集群网络。

2011 年以来，由于利润下滑、资金流紧张以及安全生产隐患等诸多问题，大量从事服装加工和辅料生产的小微企业迅速消亡，关联行业间嵌入性降低，服装行业出现萎靡之势，行业聚集度和关联度下滑，产业集群的地域禀赋优势减弱。目前将主要借助契约机制与信任机制的融合来实现网络密度与关系强度的调整优化。

温州本土服装产业集群的演化经验可归纳为以下几个层面，首先是要建立基于信任的社会关系网络，社会关系网络为集群创新提供了心理资本与社会资本的支持，促进了集群网络规模的扩大。其次要建立基于契约的市场关系网络，为集群内外企业的交易提供保障，增加违约的机会成本，减少交易成本；再次要加大创新关系网络的构建，促进市场关系网络的纵向演化，提高社会资本的创新效率，推动集群内企业的创新发展。

在温州服装产业集群网络的演化过程中，每当出现问题时，温州市的各级政府和服装行业商会就会集中商讨，给予商会会员企业一些必要的帮助。如帮助企业提供工人宿舍，改造和修建新的服装工业园区，建设温州服装发展大厦，提供设计、创意等系列公共服务，建立中意纺织品研发中心，推进专业服装商城的二次改造。上述举措充分体现了政府和商会对会员企业的扶植和引导力度。通过资本的对接、信息的汇集以及制度的设计来推进集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的协同演化。

2.7 优化普拉托服装产业集群网络的对策与建议

根据上述普拉托集群演化的问题分析，结合温州服装产业演化的经验，我们认为为了更好地促进普拉托的快时尚产业集群的发展，应该重视集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的培育和提升，借助不同的市场主体的努力与配合，才能得以逐步实现与本土集群网络的融合。

1. 普拉托市政府

(1) 普拉托市政府需要更加重视华人企业家群体，需要认识到华人和华人企业对于普拉托快时尚产业的重大贡献。通过加大媒体的宣传力度，让当地老百姓能够真实而客观地理解与评价温商，给予温商更多的融入主流社会的机会；可以通过组织当地居民参与华人团体在春节、端午等传统华人节日中组织的各项活动，增强相互之间的了解。

(2) 普拉托市政府应该依托专家提供的快时尚产业发展报告，建议意大利中央政府降低对中小企业的税收，鼓励更多的中小企业创业，增加就业机会；学习欧洲其他国家经验，放松对意大利境内每日现金使用量的限制，避免出现意大利居住的华人不在意大利消费的尴尬局面；放松移民购买房屋的政策；放松境外向意大利汇款的政策等。意大利政府需要制定和欧盟其他国家相比更为优惠的经济政策和税收政策，避免意大利资金向境外转移。

(3) 普拉托市政府需要加大地方治安的维护力度，维持当地良好的社会治安情况。目前普拉托经常发生一些治安事件，政府需要通过与华人商会的合作，增设主要街道的监控设备，增加警察的巡逻人次等措施，在改善治安的同时营造良好的市场交易氛围，吸引更多的客户。

(4) 普拉托市政府可以考虑中国城的改造项目，由华人团体出资，将普拉托的两条华人街，打造成欧洲的中国城。一方面可以改善华人街的卫生、交通情况，另外一方面可以吸引世界各地的游客，提升普拉托的城市形象。华商作为中国城项目的投资者可以从中受益，普拉托政府通过项目实施可以构建一个增进与外界交流的平台，推进了华商与本地文化的融入。

(5) 普拉托市政府需要给予小企业安全生产的必要条件。目前的大检查发现很多小企业没有办法彻底摆脱生产场地与居住地混杂的局面，政府应该出面规划，通过提供土地兴建相应的工业园区，或者改造现有工业区，学习温州过去的经验，将成衣加工类小企业员工的住宿问题集中统一安排，提供必要的资源，“由堵转疏”，从根本上解决混居问题。

2. 对华人商会的建议

(1) 各种华人社团之间要加强合作，加强与其他意大利商会或者团体的互动；策划和组织一系列具有较大影响力的活动来提升华人社团的美誉度和知名度。

(2) 与高校和研究机构建立校企合作联盟，寻找国际和意大利本土的高校、研究机构的支持；通过设立专门的研究基金，资助和推动研究成果的转化，改善华人企业在当地的舆论环境和社会形象，争取更多的理解和支持。

(3) 设立移民第一代和第二、三代的培训班。一代移民的培训主要涉及语言和当地的历史、法律、经济发展环境等；二、三代移民的培训旨在推动对当地文化和中国文化的了解，鼓励更多的二、三代更好地融入当地的经济的发展。

(4) 加强与中国国内各个商会的联系，以中国强大的经济发展为支撑，通过社会资本的投入来服务当地的快时尚产业集群。

(5) 加强意大利和欧洲优质资源的对接和资源的整合。特别是意大利的服装、鞋、箱包等产业等具有很深的文化底蕴和知名品牌，很多设计、创意部门可以和华人企业对接；很多意大利的高科技技术产业也可以为华人企业未来的产业转型提供帮助。

(6) 通过华人社团的集体活动，获取更多的受过高等教育中国留学生的信息，为华人企业吸纳更多的既懂意大利语又熟悉意大利文化的专业人才；只有注入具备创新潜质的人力资本，才能改善华人企业的创新网络结构。

(7) 筹备建立专业行业协会，如普拉托服装协会和普拉托成衣加工协会等，以专业协会的名义协调各会员单位，拒绝同业的恶性竞争。

3. 对华人企业家个人的建议

(1) 加强个人的修养。通过参加各种培训，系统、持续地学习意大利语和意大利文化，加深对当地文化和历史的了解，有利于长期的融入。

(2) 加强法律、经济方面的学习。通过参加商会举办的各种培训班，增加对法务、金融、大数据、移动互联网、电子商务等方面的新知识，跟上当代商务形势的发展变化。

(3) 重视家庭生活。参加更多的、有益健康的活动，如运动、艺术、娱乐等，关注下一代的融入，更多参与在当地接受教育孩子的家长会等活动，加强与当地学生家长家的联系。

(4) 通过各种途径扩展自身的人脉网络，争取结识更多的专业人士，如互联网、物联网、经济、法律、技术等，既能够为企业的发展提供各种咨询服务，也能够为创新关系网络的构建储备资源，

普拉托快时尚集群产业的发展已经取得了举世瞩目的成就，华人移民企业和华人移民群体所作出的贡献更无法磨灭。普拉托作为欧洲快时尚产业的中心，需要华商群体和当地政府，以及各种团体组织的协同努力，各方均应该从大力发展普拉托经济、助力提升意大利产业转型升级的大局出发，有效改善集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络，更好推动普拉托快时尚产业集群的发展，造福当地。

作者简介：

张一力，男，浙江温州人；温州大学商学院院长，经济学教授；厦门大学经济学博士；美国纽约州立大学和意大利佛罗伦萨大学高级访问学者；温州市政协委员，经建委副主任；温州市决策咨询委员会经济转型部副部长；曾任温州银行、奥康国际股份有限公司独立董事。主要从事区域经济和企业家网络研究。

3.1 引言

2011年7月，意大利最著名的文学奖——斯特雷加文学奖授予一部讲述普拉托中小企业兴衰历程的文学作品《我家乡人的故事》。作者爱德华多·内西的家族纺织企业正是在全球化的市场竞争中被淘汰出局。内西在接受记者采访时，将普拉托比喻为一间研究全球化的活生生的“实验室”。这个实验室既生动反映了意大利传统纺织产业的衰退历史，同时也深刻见证了中国企业家走向世界的成长记录。

1999年以来，本文作者共六次访问普拉托，特别是2014上半年在佛罗伦萨大学做高级访学学者期间，更是接触了大批普拉托的华人华侨。加上过去在温州所做的访谈，作者共接触了60多位普拉托华人企业家，其中深入访谈了35位，现场访问了其中的28家普拉托华人企业。他们之中的大部分人来自浙江省温州地区（包括青田）²⁰，大多从事与快时尚相关产业相关的工作。另外，作者还访问过曼多瓦、帕多瓦、罗马、威尼斯等意大利城市，以及法国、德国、荷兰、西班牙等国多地的华人企业和企业家。

本文通过温州商人在普拉托快时尚产业集群网络演化与温州服装产业集群网络演化的比较，指出从温州到普拉托，温州商人群体借助独特社会关系网络优势，快速扩展了集群的市场关系网络，大力推进了集群创新关系网络的发展。他们在普拉托既得到快速发展，也遭遇一些问题。温州商人在普拉托快时尚产业集群网络中的演化历程，是中国企业家网络全球化的典型案例。

3.2 普拉托与温州服装集群的基本情况

温州作为中国市场经济先发地区，是中国市场经济的风向标，其经济发展格局具有很多特点，遍及国内外的温商群体和大量的产业集群是最重要的两个特点。

温州人有外出创业的传统，即所谓江河能到的地方就有温州人。改革开放以来，温州人跑遍大江南北，创业遍及国内海外。据不完全统计，约有244万温州人在国内外经商，其中国内175万，国外43万，港澳台地区26万，总数约占温州市常住人口的四分之一。温州本土的创业者、国内其他地区和海外的温籍创业者，三个群体共同构成了温州企业家²¹（温商）的网络。

温州企业家的创业过程实际就是中国经济发展的一个缩影。以温州为中心点，分散在国内国外的温州人由点到面，不断地增加节点，逐渐构筑温商网络；从地理上看，

²⁰ 虽然青田县属于浙江省的丽水地区，但青田县历史与文化与温州一脉相承，所以在本研究中，温州企业家包括来自青田的企业家，下同。

²¹ 由于温州的企业家以从事贸易的商人为主，本文以下将不再特别区分温州企业家群体和温商。

这些节点会越来越远，甚至可以跨越边境；但是在要素传递上，这些节点与温州这个网络中心点保持了千丝万缕的联系和频繁的互动。事实上，分布在 130 个国家的近 300 个温州侨团和遍及全国 32 个省、直辖市、自治区的 215 个温州商会（地市级以上），承载着温商网络节点的功能。它们一方面同其众多的会员发生联系，另一方面以温州商会（同乡会）名义与所在地政府、温州市政府对话，在空间博弈中创造资源、获取资源。商会（同乡会）成为会员之间、会员和温州之间沟通交流的紧密纽带，把温商、温州经济和温州人经济牢牢地融入同一个网络。在 30 多年的发展过程中，温商群体充分利用了其独特的社会关系网络资源，发挥了温州商人群体的集群优势，不断扩展市场关系网络和提升创新关系网络，在温州本土和国内外其他城市创建了许多的产业集群。其中温州本土的服装产业集群与意大利普拉托的快时尚服装产业集群，分别是温州本土和国外温州人产业集群的典型样本。在两个服装产业集群网络的演化过程中，温商群体的社会关系网络如何与产业集群的市场关系网络和创新关系网络的结合，两个产业集群目前又遭遇什么样的困境和如何化解，分别是中国经济新常态和中国企业海外走出去所需要解决的问题，对于未来中国经济发展具有风向标的意义，非常值得研究。

3.2.1 温州服装产业集群的基本情况

作为城市形象和品牌的亮点，服装业一直是温州经济重要的特色产业与支柱产业之一。近来，温州服装集群经历了从数量到质量的转变，以及由质量到品牌的发展。

据温州服装商会的统计，到 2006 年，温州的服装产业集群已经形成了从面料、辅料、纺线、印染、花型设计、成衣定型、成品包装、产品销售完整的产业体系。3000 多家企业实现年产值（销售）302 亿元（其中内销 264 亿元，出口占 4.7 亿美元），比 2005 年增长 13.96%；实现利税总额 37.2 亿元，比上年增长 11.05%，销售超亿元的服装企业已达 16 家，44 个品牌达到国家质量等级标准，全行业拥有中国、省著名商标和名牌产品 49 种。服装销售网络遍布全国、全世界，占据全国市场份额 16% 左右，温州已成为中国服装生产主要基地之一。同时，温州服装外贸出口发展迅猛，占全市出口总额的 17.7%，成为全市外贸出口的行业大户之一。

到 2007 年底，温州服装产业拥有 7 个中国驰名商标，6 个中国名牌产品，17 个国家免检产品，达到国家最高质量等级标准优等品的有 44 个，进入“中国服装企业双百强”的有 10 家，获得省级名牌的有 54 个，市级名牌 86 个，产品通过 ISO9000 认证的企业有 80 个，通过 ISO14001 认证的企业有 12 家，并逐渐显现出以男装西服为龙头，女装，休闲装，童装，针织内衣各具特色的格局。

2013 年，温州服装产业的总产值超过 400 亿，是居电器、鞋革之后的第三大产业；年销售额 2000 万以上的纺织服装和服饰业达 51 家，约占温州服装企业总量的 10%；服装产业总产值 225 亿，占温州经济总产值的 11.3%。无论行业产值还是企业数，服装产业已经成为温州的主导产业和支柱产业。

3.2.2 普拉托服装产业集群²²的基本情况

1. 从纺织业到快时尚产业

普拉托(PRATO)处于意大利“高靴”的“靴腰”之上。它南视首都罗马，北接工业重镇米兰，西通历史名城比萨，东临文艺复兴发源地佛罗伦萨。在很长一段时间里，普拉托行政隶属于托斯卡纳大区中心城市佛罗伦萨，两地相距仅 30 公里。普拉托建省于 1992 年，下辖包括普拉托市在内的 7 座小城市，面积不到 400 平方公里，人口 25 万。普拉托市人口最多，有 18 万人，其中华人约有 3 万人，占该市总人口的六分之一，绝大多数是浙江温州籍华人。从地理面积和人口密度的角度来说，普拉托是意大利华人最集中的城市。

意大利普拉托从 12 世纪就开始从事纺织品的生产，19 世纪末机械化工业经济的腾飞促使纺织企业在该地区集聚并高速发展，20 世纪 50 年代在低端市场上遭遇其他纺织产业区激烈竞争后，标准化生产的大企业纷纷解散，中小企业异军突起。众多小企业根据产业链分工，形成了诸如毛料分拣、炭化、绞丝、织布、印染和精加工等纵向一体化的、高度专业化的生产共同体，相互之间密切合作，形成了纺织业产业集群。普拉托成为意大利纺织工业区的重要城市，区内的企业生产同一类产品，到上世纪 80 年代，这个产业集群已经有 100 多年的历史，产品在国际上享有盛名。但上世纪 80 年代后期，由于欧洲经济整体下滑，以及世界经济全球化趋势等原因，作为普拉托支柱产业的纺织业随之陷入困境，虽然 90 年代后期有所恢复，但其欧洲纺织中心的地位开始受到影响。

某种程度上，普拉托纺织业的高速发展要归功于二战后人口的迅猛增长，增长是意大利国内尤其是南部的移民所带来的，当地人口也因此从 1951 年的 77631 增长为 1991 年的 165670 (Colombi, 2002)。20 世纪 80 年代经济危机之后，普拉托的主导产业逐渐从纺织业转变为快时尚服装产业集群。

2. 温州人和普拉托的快时尚产业

在普拉托的主导产业逐渐从纺织业转变为快时尚服装产业集群过程中，来自国外的移民，尤其是中国的移民，其中最多的是来自浙江温州的移民，对于普拉托快时尚产业集群的兴起和发展起到了巨大的推动作用。

相关资料显示，1989 年时的普拉托仅有 38 名中国人，1991 年华人达到了 1009 人，2006 年华人数量达到了 10080 人，2012 年底则有 16716 名²³华人持合法居留证件生活在普拉托。截止 2002 年 12 月 31 日，在普拉托市的华人居民中，78.63%在中国大陆出生²⁴，18.52%则在普拉托出生。华人在当地已是第一大外籍族群，而且呈逐年增加的趋势。

TOSCANA 大区区域经济规划研究所 (IRPET) 公布的统计数字显示，2012 年普拉托共

²² 此处内容参考了，孙艳，张宇芳的《意大利与广东纺织产业集群不同年代发展衍化比较》，特区经济，2010 年 1 月，p138-139。

²³ Source: IRPET Estimates on ISTAT data

²⁴ 对那些在中国大陆出生的移民的一项分析显示，他们中 83.35%的出生地是浙江，13.21%是福建，随后是上海，但仅有 0.38%。，《生活在高墙外的温州人》，p5-6。

有华人企业 4830 家，其中 4265 家为个体企业，华人企业以服装纺织、贸易、餐饮、建筑为主。普拉托的华人企业占全部普拉托企业 29067 家的 16.6%；其中华人制造业企业 3675 家，占普拉托全部制造业企业 8182 的 44.9%；华人制造业中纺织业有 264 家，服装业有 3200 家，华人的服装纺织业的企业分别占全部华人制造业的 7.1% 和 87%；也就是说华人制造业中的 94.1% 是属于服装和纺织业的，其中绝大部分是服装行业的 (Dei Ottati, 2014)。

按照 IRPET 统计，2010 年普拉托华人企业创造的产值为 22 亿欧元，占普拉托省 GDP 的 14.30%，占普拉托纺织服装产业的 49%，华人企业产生的附加值为 7.59 亿欧元，占普拉托省的 11.4%，目前欧洲市场 10% 的纺织品从普拉托的华人企业输送到欧洲的各个角落。

普拉托的华人聚集区分为生产区和生活区。普拉托郊外的伊欧楼 (IOLO) 和达沃拉 (TAVOLA) 工业区，是华人企业生产和经营的主要场所；而靠近市中心的彼斯道耶哉 (Via Pistoiese) 和法标费理哉 (Via Fabio Filzi) 两条街则构成了华人的主要生活区。

伊欧楼和达沃拉工业区纺织批发企业是当地的支柱产业，20 年前还是意大利人掌控，如今工业区已挂满了书写着中意两国文字的标牌和广告，工业区 95% 的企业已被华人并购。进入工业区的门槛很高，按照潜规则，一般的店面经营权的转让费都在 30 至 70 万欧元之间，从这一点可以看出，两大工业区的华人企业基本上都是较具有经济实力的企业。

彼斯道耶哉和法标费理哉街两条中国街，华语广告牌、灯箱更是随处可见，来来往往的行人几乎都是中国人。两条并行不十分宽敞的街道到处布满了中餐馆、金行、超市、服装店、网吧、旅行社、理发店、摄影楼等各式各样的华人店铺。在不到两平方公里的社区内仅中餐馆和中国货行就开了几十家。

从 1990 开始，尤其在 2000 年前后，普拉托当地政府对华人劳动力的大量流入持欢迎和默许的态度，来自温州和福建侨乡的众多移民得以集中地在几年时间里大量聚集到普拉托来发展。一开始这些移民仅为当地纺织服装企业从事服装外加工。进入新世纪以后，由于中高端产品市场的疲软和居高不下的生产成本，一些当地企业面临倒闭的困境，越来越多的国外移民，基本以温州地区为主的华人，通过收购或者自己创业，从开成衣厂起步，再陆续发展到相关行业，逐渐形成了以 800 多家裁剪公司为龙头，2400 多家成衣工厂为主体²⁵，外加水洗、染色、印花、烫整、配饰等配套生产和加工企业，而且还陆续延伸到织布、布匹等原材料生产交易行业。温州商人延续了普拉托中小企业办厂模式，其雇佣的员工多为温州周边地区人士，成本优势明显，加之充分利用了“意大利制造”的高附加值品牌，产品物美价廉在欧洲深受欢迎。

普拉托的温州人，从个别试探到大量涌入，从为意大利企业主代工，到自己创建加工厂，再到自己成立裁剪公司，成立进出口贸易公司，进而延伸到服装产业链的各个环节，推动了普拉托快时尚产业 (PRONTO MODA) 集群的发展，并逐步催生普拉托

²⁵ 2012 年普拉托有华人制造业企业 3675 家，大部分是服装企业，有 3200 家，我们的调研过程中，一般的一个裁剪公司都有 2-3 家的车衣公司为其服务，平均是 2.78 家。其中部分的车衣加工场是为单一的服装公司服务的，部分是为多家公司服务。所以大致按此比例，将 3200 家服装企业划分为，846 家裁剪公司和 2354 家服装加工厂。

的餐饮、电信、娱乐、中介等生活服务行业，构筑了地处欧洲的“温州城”，这也成为温州商人嵌入国外集群发展的典型形态。普拉托快时尚产业集群网络的演化与温州本土服装产业集群网络演化具有非常相似的演化路径和结构。以下将通过对这两个产业集群演化历程的比较，分析其社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络在集群演化中的协同作用与相互关联。

3.3 普拉托和温州服装集群的演化过程

3.3.1 普拉托快时尚产业集群的运作

“快时尚”一般是指通过国际大牌最新款发布会及其它渠道搜集时尚信息进行整合设计和生产销售，产品从设计到销售最快时间为 12 天，价格不及国际大牌类似款式的 1/10。“快时尚”每一款成衣的生产数量都很少，这样不仅减少单款的陈列，同时人为制造稀缺，带动购买欲。同时，“快时尚”每年生产的服装款式是一般企业的 3-4 倍，产品每周更替，货物售完不会再有重复款上架。“快”是指快时尚服饰始终追随当季潮流，新品到店的速度奇快，橱窗陈列的变换频率更是一周两次。例如 ZARA、H&M、UNIQLO、中国的 Me & City、MIX-BOX 和 37° Love 等等。快速、超高频率更新的快时尚，永远追随潮流的特点，则让追求时髦的人趋之若鹜，扎堆采购。

在意大利，中低端服装的生产、制作几乎都在普拉托，普拉托制造的服装约占意大利的 30%。这里生产的服装价格便宜、款式新颖，主要销往意大利及其他欧洲国家的中小商店和超市。另外，普拉托以快速和大批量的服装供应在欧洲闻名，欧洲最时尚的产品只要有客人要求，普拉托的华人都能够在不侵权的情况下实行克隆。客人按样订货，普拉托的华人批发企业一夜之间可以生产数万件，这在服装业内也应该是一大奇迹。按照一个当地老板的说法，“我们温州人在普拉托生产服装的时尚程度，像温州的海鲜一样新鲜”。普拉托的温州商人成就了普拉托在意大利，乃至全欧洲的快时尚产业中心的地位。

处于普拉托快时尚产业链高端的服装公司，也就是华人常说的裁剪公司，基本上从事服装批发行业。这些服装公司一般聚集在郊外的伊欧楼（IOLO）和达沃拉（TAVOLA）两大工业区。伊欧楼工业区华人企业占 95%以上，达沃拉工业区华人企业占 40%左右。一般拥有公司自己或租赁的店面，负责面料选择、板式设计、样本打样，吸引客户，承接订单。裁剪公司只负责布料批量的裁剪，不做缝制的工作，而让大量独立的成衣加工厂承接加工服务。成衣车间完成之后，需要染色和印花的，或者需要再增加一些水晶、珠子等配饰的，这些外加工部分大多在普拉托本地完成，并且这些配套的外加工企业大多由温州商人自己创建或从意大利业主并购的。由于都在普拉托，所以一般可在半小时交通圈内完成。而且加工时间也非常及时，大多是即时现场加工现场完成的。外加工裁剪好的布料，最后回到裁剪公司已经变成了加工好的成衣，服装公司最后负责验收、烫整、挂标签、包装、打包，最后也通过温州人开设的物流公司，送达意大利国内，或者欧洲，甚至世界市场。从客户下订单到客户收到成衣，时间短，成本低，普拉托慢慢成为欧洲快时尚中心。

3.3.2. 普拉托快时尚产业集群的演化过程

(1) 诞生阶段：1987—1992

从 1987 年第一个温州人来到普拉托，到 1992 年第一个专门供应成衣专用线锭的温州人企业的出现，标志着为普拉托当地服装企业提供配套加工服务的温州人成衣加工集群的形成。

1987 年开始的两次意大利大赦，成为温州人到普拉托的重要契机，因为大赦所提供的制度支持为后续温州人集群发展提供了保障。上个世纪八十年代以来，中国的改革开放促使大量温州人出国“淘金”，其中一部分是非法进入或者滞留欧洲的。当时，无论是从其他国家辗转过来，还是本来就在意大利滞留的温州人，都是为了获取意大利合法居留身份，这也是他们日后创业的必备条件。由于法国、德国、荷兰等其他国家的居留申请比较困难，所以意大利的大赦成为欧洲华人获得合法身份的重要契机。由于历史的原因，温州人在欧洲人数众多，联系密切，所以意大利大赦的传闻，早已经传遍了整个欧洲的温州人网络。

那么意大利有那么多的城市，为什么普拉托会成为温州人大赦的集中选择地呢？主要有三个原因：

首先，普拉托当时严重缺乏劳动力。普拉托当时有很多的中小纺织企业，而本地的意大利青年人，并不愿意从事如衣车工这样繁重的手工劳动，普拉托的纺织产业的发展面临巨大的危机（Gabi, 2012）。普拉托当时可以为外来的移民提供大量的就业机会和创业机会，所以很多温州人闻讯就纷纷来到普拉托。

其次，普拉托周边佛罗伦萨的温州人起了重要的中介和放大作用。作为温州人在意大利乃至欧洲的一个中心，也是第一个最重要的据点，温州人到欧洲往往第一站就在佛罗伦萨生存。普拉托距离佛罗伦萨只有 30 公里左右，当地的温州人具有信息优势。1990 年前后，佛罗伦萨的华人经济经历了一个危机。当时就有超过 2000 华人（多数为温州籍）聚集在佛罗伦萨圣多尼诺，主要从事箱包加工业。由于人多为患，激起了当地意大利人对华人的不满，他们认为中国人不讲文明，不注意卫生。当然更多的还是经济原因，因为意大利人认为是中国人抢了他们的箱包生意。当地居民通过各种抗议活动要求中国人搬离这个区域。因此，距离最近的普拉托自然成为佛罗伦萨温州人寻找新的创业地的首选。更多的温州人，通过他们在佛罗伦萨的温州人网络最终也来到了普拉托。

再次，佛罗伦萨的温州人凭借独特的社会关系更容易在普拉托服装业立足。佛罗伦萨的温州人大部分来自温州的文成和瑞安，他们的很多亲戚、朋友原本就在法国从事服装产业，具有服装生产的技术优势；而在佛罗伦萨的温州人已经在意大利生活和工作一段时间，具有当地语言沟通便利和资金优势。温州人之间合作的模式通常是，从法国来的华侨到佛罗伦萨找到他们的亲戚或者朋友（可以是很远的关系），然后共同去普拉托设立成衣加工厂。原来在佛罗伦萨的温州人利用语言优势开始在普拉托人的公司承接服装代工的业务，而他们从法国来的亲戚则利用技术优势负责组织生产。这一创业模式不断的在普拉托成功复制。原来在佛罗伦萨（或者意大利其他城市）的温州人，可能是做箱包的，或者是做鞋的，也开始学会了如何从事服装行业；而来自法国或者欧洲其他国家的温州人慢慢学会了意大利语。同时，在这个过程中，他们都接触到了服装产业链上下游的不同环节。温州人对产品和市场有

了更多的理解，对整个产业链的分工协作也有了更深刻的思考，也为他们将来从事为服装产业服务的水洗、印花、染色等配套产业的发展打下了基础。

最后，要归功于当时普拉托政府采用的优惠措施。为吸引各国的移民到普拉托定居，作为对当时普拉托纺织业和服装业急缺劳动力的补充，普拉托政府出台很多鼓励措施。比如，可以利用工厂作为居留的登记地，就是客观上容忍了以后遭受诟病最多的混居现象。当然，后来这些被默认的优惠没有被普拉托政府正式认可。

在这样的情况下，第一批温州人很快开始在普拉托扎根了。除了成衣工厂之外，同时一些专门为华人配套服务的机构开始出现。1992年，普拉托华人首家中国货超市——三圣超市成立，一楼是食品，二楼是日用品，解决温州人家庭日常生活用品的来源问题；还是在1992年，首家华人中餐打包店开始出现，解决了很多长时间工作没有时间自己做饭的华人的就餐问题，诸如此类的服务性的企业的涌现，解决了后续新来劳动力的各种生活问题。从此，一个以温州人社会关系网络为基础的产业集群开始得以建立，市场网络和创新网络也得到不断的发展。

（2）成长阶段：1993—1998

从1993年的第一家手工裁剪工场，到1998年第一家华人裁剪公司的出现，以及众多配套的加工和服务业的不断出现，普拉托众多商会开始成立，标志着温州人企业步入快速发展的轨道，逐渐进入产业链的高端领域。

三缘（亲缘、血缘、乡缘）关系促成了普拉托温州人的快速聚集，温州人社区像滚雪球一样，越滚越大。一旦社会网络的关系形成以后，温州人之间技术传播速度非常快。因为在国内就已经存在的亲戚朋友关系，到了欧洲、意大利和普拉托后，这个社会关系网络就开始发挥作用。只要网络的节点足够多、网络发生关系的机制确定，就可以解决几乎所有的问题。站稳脚跟的温州人开始从老家带亲戚来帮忙，而老家的同乡一旦听说普拉托容易立足和发展，就会跟着跑来找工作。²⁶

在此期间由于大赦的关系，新鲜劳动力不断涌入。不断有温州人打工一段时间后，会离开原来的工厂，成为一家新开成衣工场的老板；他又要吸引新的劳动力帮他干活，于是他又要将国内或者欧洲其他地方的温州亲戚或朋友移民到普拉托来。如此往复，推动企业不断分裂、不断扩张，后续的劳动力会不断地跟进，温州人的新工厂逐渐增多。这样的创业模式逐渐传播开来。

由于企业主所需要劳动力、技术、市场都是慢慢积累而成，而且在产业链延伸过程中，经营线锭、钮扣等辅料的企业就自然从成衣工场中分化出来，其他的加工业也会应运而生。因为普拉托的温州人人数足够多，华人群体足够大，所以一定会通过遍及意大利、欧洲其他国家，甚至国内温州人网络的各个节点，把最需要的温州籍技能人才，通过正规的劳务输出协议，或者非正规的偷渡，移民到普拉托来。所以，普拉托华人群体所需要的各种专业技能人员，无论是生活服务上需要的技工，如厨师、理发师、摄影师等，或者是服装配套加工生产的专业人员，如电工、保全工、泥瓦匠、装修工等。他们大多来自温州地区（后来也有来自福建和东北地区），慢慢集聚到普拉托，初步形成了温州人自己的、相对封闭的产业链和生活圈。

²⁶ “就拿我的家族来说，我是家族中第一个到欧洲的，现在我的5个兄弟姐妹，已经有4个在欧洲。”徐秋林说，“算上他们的子女就有二三十个人，再加上表亲，由我直接或者间接带到欧洲的就将近100个人。刚开始创业时，需要自己的家人过来做工、帮忙，这是很重要的。”这是欧洲的一个华人媒体对徐秋林的采访。

1995年，普拉托的首家手机店和旅行社开始出现。手机的流行极大加快了温州人信息网络的传递速度；旅行社的出现，也为温州人往返国内外提供了交通便利。借助访谈发现，1993年前后普拉托出现了一家类似于中国裁缝铺的小工场。老板是一个瑞安人，他们一家四口人开办了一个手工裁剪的服装加工场，专门为“买撒客”（即没有固定市场，在城市和乡镇中流动，主要为移民和意大利底层消费者提供低档产品的小商贩）生产低档服装，这个小工场可能就是以后众多在普拉托的温州人快时尚产业企业（PRONTO MODA）的鼻祖。

在服装产业快速发展过程中，会有很多温州人跟当地居民甚至普拉托政府发生各种关系，比如定居手续、开设工厂、租买房屋、缴纳税收等。而且还会出现温州人内部的一些纠纷，如家庭问题、劳资矛盾等，迫切需要一个华人机构出面协调，该机构能够作为整个华人群体的代表，处理各类关系。所以，在1997年2月，作为意大利华商会分支机构的普拉托华商会成立，普拉托的华侨华人联谊总会也几乎同时成立，还有普拉托佛教会等华人组织也纷纷酝酿成立。1998年，一家叫“范佬”（音）的温州人裁剪公司，雇佣了第一个意大利设计师员工，开始了温州人企业对接意大利专业人士的阶段。

（3）成熟阶段：1999—2008

从1999到2008年，普拉托出现了专门的贸易公司和布料行，与快时尚产业的配套日趋成熟，温州人逐渐成为销售市场的主力；与此同时，温州人与当地居民和企业的矛盾开始显现。

在此阶段，产业集群中逐步出现了专门从事印花、染色等服装生产配套的温州人企业，而原来这些行业都由当地人经营；也出现了从中国进口服装和市场批发业务的国际贸易公司；以及专营从中国内地进口布料的普拉托布料行。同时，温州人的裁剪公司也越来越多，从开始在IOLO立足，最后因场地不够再发展到TAVOLA，普拉托的两大工业区已经基本成为温州人企业的天下。同时，普拉托快时尚产业集群的销售市场逐渐扩展到中东、亚洲和美洲等欧洲以外的其他的机遇，快时尚集群产业逐渐进入成熟期。

普拉托快时尚产业的合作模式基本上是差不多的，主要是通过裁剪公司的龙头作用，整合全产业链。一般是龙头的裁剪公司将已经定版的服装大批量地裁好布料，根据订单批量的不同，散发给不同的成衣加工企业。在发展到一定阶段，温商会逐步联合进入水洗、印花、染色等相对需要高投入和专门技术的配套加工企业，同时还有部分温州人就会进入为温州人的裁剪公司提供原材料的贸易行业。这个阶段是温州人在普拉托发展最快和最为成熟的时期。

（4）冲突和艰难转型期：2009—至今

从2009年开始，一方面华人企业与当地居民冲突加剧，华人企业间的竞争也更加激烈，另一方面受金融危机和欧洲主权债务危机的影响，普拉托快时尚产业的市场萎缩，产业集群出现衰退迹象，进入艰难的转型期。

2009年以来，华人与当地社团的冲突日益突出。受中右联盟支持的罗伯托·琴尼，

2009年在普拉托市长选举中获胜，终止了63年来普拉托市一直由中左派掌权的局面。随着新政府上台，对当地华企整治力度明显加强，华人受到的冲击更大。当地政府更曾派出50多名现役军人协助警方维持治安，在和平时期派军人维持治安，这在意大利还是尚属首次；2011年6月，意大利警方在普拉托以及周边的佛罗伦萨、比萨等地针对华商进行了较大规模的整肃行动。据警方的声明，行动查封了70家华商企业，扣押了价值2500万欧元的财产。警方称，经长达一年多时间的调查，“这些企业涉嫌通过低价雇用未经登记的劳工和销售仿冒品获得高额利润，并将非法所得汇回中国”。意大利警方多次采取类似行动后，华商和当地政府之间的关系更为紧张。

这个时期，发生在2013年12月1日普拉托的火灾（简称为“12.1火灾”）是最为重大的事件。火灾致7位华人死亡，3人受伤。由此，普拉托华人企业的工作环境和生活方式，受到了意大利和西方社会极大的关注，引发很多的争议和批评。“12.1火灾”事件发生以后，更是直接导致了酝酿已久的针对普拉托、佛罗伦萨、恩波利三省华人企业的大检查。当然，华人企业在应对检查中，也是各有对策。2014年6月，警方在对普拉托郊外企业的检查过程中，偶然间发现了一家作坊式华人服装加工厂。经核查，该企业由一名49岁具有合法居留的华人经营。让检查人员感到不理解的是，这家华人企业根本没有办理工商注册登记。这是普拉托警方在针对华人企业检查中，首次发现无照经营的华人企业。针对目前的环境，一些华人企业可能就会更加短视，不会考虑长期发展。如果双方的冲突持续，将会对普拉托的快时尚产业发展造成重大影响。

近年来，随着欧洲经济的持续困难，普拉托快时尚产业市场越发低迷。随着华人企业的增多，企业间竞争加剧，盈利减少。据意大利普拉托商会2007年的调查报告显示，2006年普拉托市外国人企业增长了22.2%，而中国人的新增企业最多，占企业增加额的10.8%，而且呈继续增长的趋势。大量同质化华人企业增加的结果，就导致普拉托的服装生意竞争非常激烈，客户不仅要货比三家，挑最便宜的货，还导致华人企业内部恶性竞争，相互降价，甚至允许客户赊账。由于欧洲经济的不景气，各地销售商的进货量与过去年份相比下降了很多，批发商的销售不畅直接导致了生产厂家的货源不足，生产商只有削减工人工资、降低成本来维持生计，普拉托快时尚产业的发展陷入恶性循环。

普拉托一直是欧洲纺织服装产品的主要集散地，过去普拉托的服装批发业基本上掌控在意大利人手中，服装行业的利润相当丰厚，一件服装从生产到批发最少也要有几欧元的利润。现在意大利人几乎被华人挤出了服装行业，华人在普拉托服装批发市场独占鳌头，但华人批发商一件服装利润却降到了只有零点几欧元，生产商的加工费更是少得可怜。

为什么在意大利人掌控普拉托服装批发市场时，该行业的利润丰厚，当华人取而代之时，行业利润却少得可怜，这恐怕与华人企业间的无序竞争不无关系。意大利企业经营者一般都是墨守陈规，经营模式比较老套，而华人正是凭借着灵活经营，在普拉托占领了原本属于意大利人的市场份额，但灵活之中华人企业之间的恶性竞争又把华人企业推向了新的危机。普拉托华人华侨联谊会秘书长陈洪生在接受记者采访说²⁷，2011年的生意不太好，不少华人公司关门。虽然这两三年陆续有华人回国，

²⁷ 2011年12月15日14:51 新华网，华人感叹普拉托在走下坡路

但今年回国的人更多，其中一部分人本就没有身份，经济状况不好，再待下去也赚不到钱，还有一些是受到打击的企业家，有的被罚款几十万、上百万欧元，有人甚至面临走私、行贿等起诉。陈洪生还说，经济危机对普拉托影响很大，整个欧洲市场购买力都在下降，订单缩水严重。一位当地华人老板说 2011 年生意很惨淡，他的销售额比过去一年相比下降了 30%-40%。

这个时期，普拉托的华人企业仍然在增多，但市场开始出现萎缩，与当地社团的冲突不断，竞争加剧，利润减少，普拉托的温州人快时尚产业企业目前正处于困难的转型期。

3.4 普拉托和温州服装集群发展的网络演化解释

历史证明了产业集群的成长过程存在某种生命周期形态，存在一个从形成到衰退的过程。Tichy (1982) 从时间维度考察了产业集群的演化过程，将产业集群的生命周期划分为诞生阶段、成长阶段、成熟阶段和衰退阶段，如果考虑普拉托的实际情况，我们认为可以将普拉托的快时尚产业集群划分为诞生阶段（1987-1992）、成长阶段（1993-1998）、成熟阶段（1999-2008）、冲突和转型期（2009-现在）。集群产业的发展过程就是集群网络的演化过程，主要表现为集群网络结构的不断优化。随着集群的发展，集群中形成的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络也在不断优化，集群内节点关系不断合理化、有序化和高级化。

普拉托快时尚产业集群经过短短二十多年的发展，便获得了欧洲快时尚中心的美誉，可以有很多的解释。Gabi (2014) 教授应用工业区及相关理论，很好地解释了这个集群的起源和发展。为了更好地解释普拉托独特的现象，以下我们将从集群网络演化的角度，尤其是集群社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的演化，结合与温州的比较，解释普拉托快时尚集群的发展历程。

集群网络是由网络的节点和节点之间的连线构成的，节点和节点之间的连线是网络构成的两个基本要素。集群内节点间的关系从性质上分有三类，分别是基于信任的社会联系、基于契约的市场联系和基于联盟的交易联系²⁸。考虑对于集群功能和节点间的关系性质，我们可以将集群网络分为社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络。任何一个集群都存在着由集群的社会个体（人）为节点，以他们基于血缘、亲缘、地缘等信任联系所构成的社会交往关系，这些节点间的连线结成了集群的社会关系网络。社会关系网络主要维持集群内的最基本的人与人的社会交往；其次，产业集群的市场交易是由原材料供应商、产品生产商、产品销售商以及其他服务于产业集群的管理、运输、饮食服务等中介机构组成。这些企业组织之间纵向存在市场交易关系，横向存在市场竞争关系。由集群内部的各个市场主体，包括供应商、生产商、销售商、中介机构等为节点，以它们之间基于契约的市场联系为基础，结网所形成了集群的市场关系网络。市场关系网络，通过契约关系维持了市场主体的交易关系。最后，集群内由许多具有创新能力的企业的研发部门、当地大学、科研机构、政府部门，他们对集群的创新起着规划、引领等作用，他们间的联盟联系，推动了集群创新的发展。在集群内将这些基于联盟联系的节点结网，就形成了集群

²⁸ 李志刚，汤书昆，梁晓艳，赵林捷，产业集群网络结构与企业创新绩效关系研究，科学学研究 200807

的创新网络。社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络，是集群内三种不同类型的网络，其中社会关系网络是最基础的网络，决定了市场关系网络和创新关系网络的发展，同时市场关系网络和创新关系网络也相互影响，产业集群网络实际上是由社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络叠加而成的一种复合网络。三种网络的协调方式和发展路径决定了集群发展的速度、质量和可持续性，也决定了集群网络的演化形态。

下面我们将分别对三个网络在普拉托快时尚产业四个阶段中各自的发展路径与相互作用关系进行分析。

1. 诞生阶段：1987—1992

在快时尚产业集群的诞生阶段，普拉托温州人利用了其复杂和庞大的社会关

系网络，成功地吸引了众多的温州人源源不断地进入普拉托，使其成为普拉托最多的外国移民群体，并且与当地的意大利企业和社区建立了初步的合作关系。同时通过遍及意大利和欧洲的温州人社会网络初步建立了快时尚的市场关系网络，创新关系网络在这个阶段尚处于萌芽状态。这个阶段，主要是建立了温州人内外部的社会关系网络的雏形，为市场关系网络的产生构建了平台，为创新关系网络的发展奠定了基础。

社会关系网络。在普拉托快时尚诞生阶段的初期，也就是 1990 年前后，普拉托的纺织业面临劳动力极度短缺，而当地意大利的年轻人却不愿在当地纺织企业承担繁重的劳动（类似于 30 年后的中国的南方城市的青年人）（Gabi, 2014）。因此借助温州人内生、复杂而庞大的社会关系网络，源源不断地吸引在意大利和欧洲其他地方，甚至还远在中国国内的温州人到普拉托来。

当时佛罗伦萨是温州人在意大利甚至欧洲的社会关系网络的中心。1990 年前后，佛罗伦萨已经逐渐替代巴黎成为欧洲的箱包中心，大约有 2000 多温州人²⁹从意大利和欧洲各地来到这个城市，主要从事箱包的加工、零售和批发，而且经佛罗伦萨重新到意大利和欧洲各地开发新的箱包市场的温州人也非常多，这样就形成了在欧洲的温州人网络。

当时意大利的几次大赦，成为很多温州人获得在欧洲居留的一个重要契机，因此他们通常先来佛罗伦萨，再转到普拉托办理大赦手续。当时来这两个地方的华人，尤其是温州人非常多。中国前驻佛罗伦萨总领事李润甫先生曾向《欧洲时报》记者回忆了 2002 年意大利大赦时期的情景：那段时间，每天来总领馆办各种证件的中国侨民不计其数，“总领馆内外都是人，而且把临近街道挤得水泄不通”。另据佛罗伦萨访谈的华侨回忆，第二次大赦，也就是在 1990 年前后，在佛罗伦萨和在普拉托市，都设立了大赦的临时办事点，也出现了同样的情况，“很多人为了能拿到号彻夜不眠，等候在小广场上”。意大利人搞不懂了为什么会一下子出现这么多中国人，而且他们竟能够在两个多小时里就聚集起 4000 至 5000 人，而他们自己这里要组织一次这样的聚会，起码需要半年。

其实，对于温州人这个现象是非常容易理解的。由于佛罗伦萨作为当时意大利温州人的社会关系网络的中心，通过亲缘、血缘和乡缘等各种社会关系建立的强弱联系，

²⁹ 来自：佛罗伦萨张会长访谈记录。

吸引各地的温州人到普拉托办理大赦手续，并在普拉托就业和创业。由于当时在意大利和欧洲，具有合法的居留身份的温州人并不是很多，大多数偷渡出去的温州人群体还没有机会解决合法居留问题，因此这个人群一直关注如何利用大赦的机会获得身份。无论在意大利的温州人，还是在欧洲其他国家的温州人都一直保持联系，寻求各类信息，准备随时到意大利登记大赦。而且当时的规定，获得大赦身份需要一个工作岗位。因此，普拉托需要工人，当局又出台了一些优惠措施，先期到佛罗伦萨的温州人近水楼台先得月，凭借懂意大利语的优势和对意大利经营环境的相对熟悉，自然就成为能够在普拉托开设工厂的企业主的最佳人选。普拉托 1991 有登记的华人只有 1009 人，到 1995 年则超过了 5000 人³⁰，就可以说明这段时间成为普拉托吸引温州人到来的一个重要阶段。

温州人到了普拉托以后，开始时开设成衣加工厂；懂意大利语的人，出去找意大利的裁剪公司承接成衣的加工业务；而懂技术的人，主要来自法国的温州人。因为他们原来偷渡前往法国的时候，大部分人主要在巴黎及周边地区从事服装加工。

在集群的诞生阶段，温州人要在普拉托生活和工作，是将温州人整体的社会关系网络嵌入于当地意大利人的社会关系网络。如果要把温州人的社会关系网络相对的加以内外区分，他们原来固有的社会关系网络是属于内网，而与普拉托当地意大利人的社会关系网络就属于外网。温州人进入普拉托，将内网与外网建立了链接。在集群的诞生阶段，内外关系网络还是互补的。因为无论是意大利企业主还是意大利的房东，当时对于温州人采取欢迎的态度，他们各自得到了急需的成衣加工的劳动力和比较慷慨的房客，所以他们对于温州人早期也非常友好。早期温州人甚至在路上就可以随意搭意大利人的顺风车，反映了两个市场主体之间良好的合作关系。

市场关系网络。正是通过温州人的社会关系网络，持有合法居留证的千万温州移民从此踏上了创业征程，而且建立了初步的市场关系网络。最初的市场关系主要是意大利裁剪公司与温州人成衣加工工场之间的关系。作为分包商或转包商，温州商人在这个市场关系网络是比较弱势的，属于从属的位置。1989 年创立的第一家温州人成衣加工厂，就为以后的温州人来普拉托树立了一个非常好的典范，也成为市场关系网络的一个原始节点；1992 年成立了华人第一家服装加工线锭批发和零售商家，也是市场所急需的温州人本身的分工协作关系；同年还在普拉托出现了第一家华人的中国货超市，也是温州人的社会关系网络向着市场关系网络拓展的一个案例。

在集群的诞生阶段，集群内部主要还是以社会关系网络发展为主，市场关系网络和创新关系网络尚处于萌芽状态。温州人之间原来在中国国内存在的“三缘”关系延伸到了普拉托，社会关系网络为普拉托的温州人提供了更多的资源以及更广泛地市场机会，成为以后市场关系网络和创新关系网络发展的基础。

2. 成长阶段：1993—1998

在成长阶段，温州人内部的社会关系网络得到深化和发展，开始出现了各类的商会或同乡会，社会关系网络的密度增加；市场关系网络发展加快，出现了第一家华人的裁剪公司，也出现了手机店、旅行社等配套服务机构；创新关系网络开始出现，温州人企业从支付意大利人信息费逐渐发展为直接雇佣意大利设计师。

³⁰ 来自：普拉托一个华商访谈记录

社会关系网络。随着更多的华人移民，主要是温州人的到来，华人与意大利人之间，华人与华人之间，慢慢就会出现一些矛盾，已经不能单凭华人个体的力量来处理，因此迫切需要一个华人的组织出面协调和帮助解决各类矛盾。在成长阶段，温州人社会关系网络得到深化的一个最重要标志是 1997 年成立的普拉托华商会和普拉托华侨华人联谊总会。以普拉托华商会为例，该商会始建于 1997 年 2 月，全称“意大利华商总会普拉托华商会”，是普拉托最早成立的以温州人为主的商会，有一百多个会长团成员。根据商会网站所示，该商会的宗旨为促进意中两国间的经济、贸易和文化交流与发展，促进两国人民的团结和友好往来；互助协作，维护华人华侨合法权益，帮助侨民了解和遵守当地法律法规，鼓励侨胞融入主流社会；为繁荣居住地的经济和文化事业贡献力量。华商会是一个非盈利的自愿者社团组织，会员以企业家为主，吸收住所在意大利的华人和意大利人企业及个人为会员，也接纳住所在中国的企业及个人为会员。现有成员中经营的行业包括服装、皮包、皮鞋加工，餐饮、贸易、超市、旅游、建筑、酒业、进出口贸易等。目前已经商会已经产生六届会长¹¹。

从商会宗旨来看，商会的工作主要分成两块，一是促进华人企业与当地企业的合作和融入，即推动温州人内外社会关系网络间开展充分交流；二是华人企业间的协作与维权，主要关注温州人内部社会关系网络的调整与维护。普拉托其他商会或同乡会的宗旨和组织性质相差不大。成立各种商会的作用是更好地为温州人和温州人企业在普拉托的发展提供话语权，促进温州人的社会关系网络从无序到合理有序和高级化的演变。

商会成立以后大多围绕上述两个方面去做工作。历届普拉托华商会会长，每年都会参加政府组织的关于移民问题工作会议，总是要代华人说出心声，代华人提出要求，使得普拉托市政府和移民局对华人的问题更加重视和尊重。同时商会也给普拉托当地机构提供帮助，如 1998 年就曾捐款给普拉托医院，帮助购买急救车等；同时商会也会做一些工作，大力协调会员关系，维护委员权益，如处理会员之间的纠纷，甚至要解决会员的家庭矛盾等。这些工作，都推进了温州人社会关系网络的深度和广度的发展，强联系与结构洞的确立不仅形成了基于“三缘”关系的高密度的内部社会关系网络，也逐步推进了与当地意大利人及其企业的关系。

市场关系网络。由于产业链进一步分工，特别是温州人开办裁剪公司以后，很多成衣加工场开始与裁剪公司合作，也出现了成衣加工场间相互转包等不同的合作形式；而且在 1998 年前后，还出现了一些专门从中国进口布料到普拉托的批发企业。市场关系的扩展和延伸迫切需要对温州人之间交易关系的契约治理来予以完善。虽然，温州人的社会关系网络，可以帮助建立最早的市场关系，但由于人数众多，在普拉托会出现更多不认识的，或者根本找不到有效联系的温州人。这些相互认识或不认识的温州人，都需要在交易市场上以订单、合同等形式，确定契约关系，集群的市场关系网络得以顺利发展。当然，由于温州人的社会关系网络非常发达和紧密，很多早期市场关系的契约并不非常规范，甚至没有合同等文本，简单到在单据上签字即可，甚至很多是通过口头协议的。随着温州人企业的增多和分工的细化，更多的市场关系得到建立，集群的市场关系网络也慢慢扩展。

¹¹ 历届会长：第一届、第二届（1997-2000 年，2001-2003 年）会长：董文扬；第三届、第四届（2004-2006 年，2007-2009 年）会长：何坚；第五届（2009-2011 年）会长：赵维新；第六届（2012-）会长：王增理

创新关系网络。此阶段，创新工作的主要任务还是服装款式的设计问题。很多温州人初到普拉托时，大多给意大利服装公司打工，做一些初级的成衣工作。待他们做老板后，就雇佣当地的意大利人提供最新服装款式信息，每月支付 2000-5000 欧元的信息费，惟一的条件是不得将“情报”同时提供给华商竞争对手，所以几乎每家华人服装商都有自己的信息来源。集群的创新网络节点，就开始链接到意大利企业原来的创新体系，但还是非常零散、不系统的弱联接。华人自己的创新工作大多就是模仿或者直接复制。

在集群成长阶段，集群网络开始发生变化。温州人在保留已有社会关系网络的基础上加大了网络重构活动，以期与能够获取关键资源的当地社会关系网络形成对接，在注重内部社会关系网络的优化和高级化的同时，市场关系网络通过各种契约形式得到了加强，部分的社会关系网络转化为市场关系网络，从信任关系转变为契约关系。创新关系网络还是利用了社会关系网络的外部溢出效应，零散的融入意大利企业原来的创新体系，借助意大利企业的创新网络建立其创新资源的传递通道。集群成长阶段中三种网络的互补关系得到了更多的加强。

3. 成熟阶段：1998—2008

集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络在成熟阶段均得到了很快的发展。温州人的外部社会关系网络很好地帮助企业融入了普拉托的经济，而内部社会关系网络则更多偏重将网络联系强化，成立更多、更细、更专业的组织，更注重对人的关怀，如教堂、佛教会、妇女会，甚至成立了温州侨乡各个镇、村的同乡会；市场关系网络则围绕产业链快速拓展，几乎覆盖了产业链的各个环节，裁剪、成衣、染色、水洗、印花、配饰等生产环节都有温州人企业参与，而且在原材料供应、物流运输、金融、生活服务、租赁、中介等也有温州人企业进入。市场关系网络逐渐成为普拉托温州人的最重要的关系网络；创新关系网络也得到发展，温商收购或者创立拥有电脑印花、自动裁剪机、自动印染机等创新设备的企业，出现了华人自己的设计师、会计师、律师等创新节点，使得创新关系网络中心节点大量增加。另外，意大利的设计师、工程师、会计师等当地创新节点也融入温州人的创新网络，并逐渐形成创新关系网络的强联系。

社会关系网络。在成熟阶段，虽然华人数量众多，但他们几乎集聚在华人自己的生活 and 社交圈中，很少和当地人交流互动。当地居民对华人社区快速膨胀也颇有微词，因为大量外来移民在较短时间内迅速涌入，使得卫生、医疗、教育、治安等一系列社会负担陡增，小小的普拉托显得有些容纳不下。由于华人和当地人生活习惯存在很大差异，温州、福建等地的移民在国内习以为常的生活方式在普拉托人看来属“格格不入”，双方又缺乏有效的沟通渠道，意见和矛盾自然日积月累。这个阶段，温州人社会关系网络更加注重关系融入的培育，特别是对慈善、文化体育事业的支持等，努力建立各种与意大利社会关系网络的联系。如普拉托排球俱乐部由于资金困难找到了普拉托华商会，通过会长们的带头作用很快为排球队募集了经费。商会还曾为意大利音乐家得白血病的女儿捐款等。另外，普拉托的温州人还通过举办中国文化活动，邀请当地意大利人参与，以文化为载体将当地居民纳入了温州人的社会关系网络，帮助温州人更好融入当地的生活。

市场关系网络。普拉托温州人企业的经营活动基本独立于当地经济，当地温州人经

济圈也越来越自成体系，很多企业几乎不需要和意大利经济构成任何“交集”就能发展下去。几乎所有快时尚产业集群内的生产服务和产业外的生活服务，都有温州人企业涉及，而且越来越专业、高级。有更多企业从裁剪公司分化出来转变为各种生产服务的提供商，如布料销售、染色、印花、水洗等，其设备和生产规模也逐渐提升。部分温州人转向生活服务，市场上陆续出现了海鲜店、酒吧、咖啡屋、蛋糕店、理发、婚庆服务、旅馆等新兴行业。这个阶段，普拉托快时尚产业集群几乎所有的商业活动，都可以通过市场关系网络进行。在快时尚产品的采购商中开始出现温州商人的身影，标志着一个重要的市场关系开始出现。早期来普拉托的客户，基本上来自意大利国内和欧洲，很少有温州人。2001年以后，意大利国内中国货的二道批市场大量出现，原来从罗马批发的温州籍经营户，开始注意到普拉托快时尚产业的发展优势。普拉托代表了更新的款式、更快的速度、更小的批量、更好的销售，越来越多的温州籍服装经销商、批发商和零售商（包括卖散的人），都纷纷来到普拉托。大约在2005年前后，开始有来自欧洲其他国家的温州人到普拉托采购服装，而且逐年增加。集群内的市场关系网络开始延伸到欧洲和国际市场。

创新关系网络。在成熟阶段，创新关系网络中的联接程度进一步加强，开始出现大量的华人（温州人）自己的设计师、打版师、会计师等。几乎每个服装公司都有自己的设计师，最常见的设计团队包括：1-2个专职或者兼职的意大利设计师，加上华人设计师；由于老板对市场有着敏锐的把控，有时候老板也参与产品的设计和订版；最后借助华人打版师对成衣设计进行修改和组合，能够较好的实现服装设计的创新。随着普拉托服装产业区对产品品质提出更高要求，温州人在产品工艺上的创新力度逐步加大，相继引入了新的电脑印花机、自动裁剪机、印花和染色机等，但关键的工序控制、设备操作和染色配方等环节还需要意大利的工程师参与解决。在集群的成熟阶段，更多的意大利专业技术人才与温州人企业进行融合，构成了创新关系网络的标志性事件，但这些创新还处于非常初级的阶段。尽管在产品创新、工艺创新等方面有所突破，但最关键的管理创新依然裹足不前，几乎还是老板加老板娘的形式，没有管理制度，没有管理团队，没有职业经理。

在成熟阶段，集群内的三种网络，相比过去的两个阶段而言互动更为频繁，温州人在普拉托内部的社会关系网络不断转化为市场关系网络。随着温州人的社会关系网络逐渐延伸到意大利各地和欧洲，中国贸易城开始在欧洲流行，温州人是这些商城的主要经营者和开发商，而服装是作为各地中国贸易城（包括意大利以外欧洲其他地方）最重要的品类，温州人的“三缘”关系自然就会将普拉托从事生产批发的温州人与二道批的温州人联系起来，社会关系网络就会转化为范围更大的市场关系网络。同时，由于市场关系网络的发展，普拉托温州人的社会关系网络也得到加强。除去生意上的关系，在宗教信仰、慈善帮助、社区服务、华人联谊、权益维护等方面，市场关系网络也能够促进温州人的社会关系网络的日益紧密，出现更多的华人组织。创新关系网络由于受到社会关系网络和市场关系网络的双重影响，加速了与意大利创新体系的接轨与融入；通过市场关系网络，与更多的高级服装设计师、高性能的技术设备供应商建立网络链接，创新关系网络也得到快速发展。创新关系网络，也会带动并促进社会关系网络和市场关系网络的有序演化。更多的高素质意大利设计师成为温州企业主的朋友和伙伴，共同推动了企业的良性发展，这就是一个很好的佐证。

4. 冲突和转型阶段：2009—至今

在冲突和转型阶段，温州人原来的经营方式在当地遇到了越来越大的社会压力，当地社会越来越关注华人增加、华企“失控”造成的负面效应，甚至连部分当地官员也一直强调华裔族群融入当地社会、华人企业与当地企业融合产生的消极影响。温州人和温州人企业与当地人和当地企业的冲突逐渐升级，社会关系网络开始越来越多的遭遇到网络内外的负面遏制，社会关系网络对市场关系网络以及创新关系网络的引领作用正在消退，无法深度融入当前普拉托快时尚产业集群，面临艰难的转型进程。

社会关系网络。在集群内的温州人已经基本上形成了人与人之间交往的规范，社会关系的内部网络基本得到稳定。商会内部开展的各种活动，进一步加强了会员之间联系，而其他一些专门以温州人为主体的筹建的组织，如天主教堂、佛教堂等也有更多普拉托的温州籍居民和其他华人参与。同时，分属于不同商会的温州人群体有了更多的沟通与交流，组织了一系列的合作项目。在与当地人的社会关系网络进行对接时，开始以整体华人形象出现，也加大了华人在社会关系网络中的话语权。但与意大利社会关系网络的对接时，仍旧处于弱势的地位。

从 2009 年初普拉托新一届政府就职开始，温州人和温州企业的融入环境更加紧张，警方针对华人企业的检查从未间断。在各类检查中，问题集中表现在混居（吃住在工厂）、非法用工、没有合法身份、卫生差等方面，导致当地社会对华人的诟病不断，也引发当地人士对华人盈利模式的质疑。为此，普拉托华商会与普拉托手工业协会联合举办多次研讨会，研讨普拉托华人企业的安全问题和黑工问题，得到了当地政府的肯定。同时为了解决工业区的治安问题，2011 年，普拉托华人华侨联谊会、普拉托华商会、旅意福建华人华侨同乡总会、普拉托华人华侨佛教总会召开联席会议，共同商讨如何解决工业区的社会治安问题。时任中国驻佛罗伦萨总领事、当地知名侨领、企业界人士共同出席了联席会议。罗马大学教授、著名意大利防控技术专家应邀列席会议，并对加强工业区安保工作提出了具体的建议和意见。普拉托华商会等所举办的各种与意大利人和意大利机构的对话和讨论等活动，就是在构建对外的社会关系网络。这些社会关系网络的构建，加深了当地意大利业主与温州企业主的相互理解，也让当地政府看到华商侨团的作用。虽然温州人企业与本土企业的冲突一直存在，但是社会关系网络的构建一直在持续，不断对受到侵蚀的社会关系进行修复。2014 年 9 月开始的、针对华人企业的“大检查”，是“12.1”火灾后冲突的高峰，同时也说明温州人的社会关系网络在经历二十多年的磨合后依然未能与意大利人的社会网络完全融合。

市场关系网络。2008 年的金融危机并没有给普拉托快时尚产业集群造成很大影响，相反由于集群的定位是中档和低档的服装，因此一直到 2010 年，普拉托服装产业的整体形势依然上行；更多在意大利和欧洲其他地方的温州人愿意到普拉托来进货，进货的量也更大；在产业链的延伸方面，更多的温州企业从事布料进口，既有来自中国，也有来自土耳其等其他国家的布料；同时在普拉托甚至还出现了温州人的织布企业，更好的印花、染色等配套企业也逐渐出现。市场关系网络的密度日益加强，普拉托内部的市场关系更为密集和强化；网络的边界也日益拓展，早已超出了普拉托的地域范围。但在 2011 年以后，普拉托市场同意大利的很多中国贸易城生意一样，也遭遇了严重下滑的局面。特别是部分企业的拖欠款和企业主跑人，造成了市场的重大恐慌，市场关系网络遭受重大的破坏。

创新关系网络。普拉托华人企业总体特点一般被认为是规模小，个体经营多，生产水平和生产能力处于中下等。目前，普拉托还拥有一些意大利纺织行业的龙头企业，能够提供高质量的纺织原材料；而温州人的服装企业大多依靠中国布料的进口，或者针对市场上已经有的布料进行二次开发，缺乏直接从布（原）料开发的源头创新。尽管普拉托本土企业呈收缩之势，但意大利政府希望普拉托在纺织业的美誉度能够长久保留。如果创新关系网络能够将意大利的创新资源融入，那么就可能使得普拉托纺织服装业继续保持其欧洲快时尚产业中心的地位。但是迄今为止，普拉托服装产业链的源头创新环节还未有温州人切入，服装集群网络的突破式创新能力有限。

普拉托政府也开始重视这方面的合作。普拉托前市长琴尼（Roberto Cenni）曾提出谋求与中方合作设立纺织工业技术研发中心，除了体现技术开发本身的优势，更希望通过引入政府资本谋求与中方的可持续的长久合作，为普拉托当地传统优势企业开拓新的发展之路。2010年2月2日，提出此意向的省政府主席 Lamberto Gestri 建议同华商代表团举行协商会议，针对产业集团的协调发展问题制定相应条例，期望通过在两个区域间建立对话渠道，在法律制约的条件下，达成合作双方在经济上获得共赢。Gestri 解释道，“开通对话渠道是一个战略性的抉择，这一条道路可能会走得很漫长，但却是必需的”。改变高压政策，从之前的竞争对手转变成盟友，共同走出经济危机，这将是普拉托华人企业与当地企业实现双赢的可行方案，也是对构建普拉托快时尚产业集群创新关系网络的前瞻性判断。

在冲突和产业转型的阶段，一方面集群的社会关系网络继续向外部网络扩展，也得到了当地社会的一些积极反馈，但由于市政府领导人的更迭，延迟了产业转型的升级过程。意大利和欧洲各地的中国商贸城的温州商人已然成为普拉托快时尚的主要客户，市场关系网络在社会关系网络的推动下，不断向普拉托以外的地域结网。由于创新关系网络受制于社会关系网络和市场关系网络，不稳定的政治预期使得创新关系网络的发展远远滞后于其他两个网络的演进。

在普拉托快时尚产业集群的演化过程中，温州人构建的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络也随之发生演变。通过与当地网络的对接和融合，温州人既学习了很多先进的技术、组织方式，同时也将意大利经济的一些阴暗面带到了集群的发展中。由于官僚体制、贸易保护主义政策和有组织犯罪活动，不少人认为意大利是西欧商业环境最糟的国家。当然在普拉托，经过数年的闯荡，商人们成功开拓了一个全新的经营模式。这里最常见的手法就是，开一家新工场，在税务警察找上门来之前关门。然后换个名称，在原来的地方再经营，当然这时又可以用新的纳税编码，当然这需要见多识广的意大利税务顾问的帮助³¹。而早在1990年代，当意大利人委托温州人成衣加工的时候，早已按照这种模式施行，因而并非温州商人原创。根据我们访谈的结果，普拉托规模稍大的温州人企业，没有一家不曾被意大利企业拖欠过的。有的意大利企业主让女儿顶替父亲原来运营的企业并拒绝偿还巨额加工费；有的搬离原地址并在异地重新开业的，不一而足。由于社会关系网络和市场关系网络的相互渗透，货款拖欠、业主恶意更迭等不良的经济关系开始在温州人企业之间、温州企业和意大利企业之间，服装公司和代工工厂之间，批发商和经销商之间频繁出现，阻碍了集群网络的有序演化。这也是社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络发展的副产品。

³¹纽约时报，2010年9月12日

3.5 普拉托快时尚产业集群演化中出现的问题

温州人的大批涌入促成了普拉托快时尚产业集群的形成与发展，普拉托在意大利乃至欧洲的快时尚中心的地位也源于集群网络的不断演化；由于集群网络中社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的发展未能在嵌入程度、网络密度、网络规模等层面形成耦合与协同，导致普拉托集群网络呈现出局部失衡的问题，阻碍了集群网络的转型升级。

A. 文化嵌入程度较弱制约了社会关系网络的纵向拓展

1、华裔群体（主要是温州人）群体未能完全融入当地的主流生活。温州人与当地人的交流很少，仅仅局限于业务往来，很少涉及艺术、体育、教育等方面的深入交流，绝大部分的温州人并没有融入主流普拉托居民的生活方式，生意和赚钱是他们最大的工作和爱好。大部分在普拉托从事快时尚服装生意的温州商人掌握了基本的意大利语，在业务沟通上完全没有问题，但他们几乎不与当地人交流关于生活态度、艺术欣赏、体育比赛、教育发展等与生意不怎么相关的话题。温商群体与当地人群缺少沟通，无法形成共享的价值观与行为规范，导致相互之间存在的认知偏见与误解成为必然。

2、华裔群体的参政议政意识缺乏。目前法国巴黎已经有多名华人担任各级议会的议员、市长，华人（主要也是温州人、青田人）参政议政的热情高、参与程度深，参与的人数也一直在增多。但普拉托的温州商人参政议政意识薄弱，无法借助政治渠道扩大社会资本的影响力与辐射范围。

3、华裔群体尚未承担社区的社会责任。虽然，普拉托温商群体的经济状况与1990年代初期比较，得到了很大的改善；但他们对于所在社区的社会责任还不够到位，在环境保护、安全生产、税收缴纳、员工福利等方面未能承担相应的社会责任，与当地声誉好的意大利企业相比还存在一些差距。

B. 市场制度不健全导致市场关系网络发展不规范

1、集群企业与当地意大利企业之间付款方式的不规范。由于温州人早期替意大利服装公司进行成衣加工时，大多有过被欠加工费的经历，主要原因在于温州人与意大利企业的交易并没有完全按照交易的实际金额进行核算，部分交易是以现金的形式私下完成。上述情况不仅存在于服装公司与批发商、零售商之间的交易，也存在于加工企业与成衣公司之间的结算，甚至在温州人租赁当地人的房屋交易中也存在类似的支付方式。这样就会导致市场的交易额被低估，应缴税收相应减少。当然，温州商人之间的交易也存在类似情况，但紧密的社会关系提高了违约的机会成本，拖欠加工费的情况相对较少。最早到普拉托的温州人与意大利人产生市场交易关系时，就没有明确的市场规范，这种商业习俗沿用至今。虽然目前意大利主流社会认为大量温州人内部之间的交易不规范，但究其历史原因，主要还是意大利本身税务环境的问题所致。制度的不完善导致市场契约纽带弱化，温州商人与意大利商人之间难以建立持续的商业信任。

2、集群内部企业间的相互欠款太多加大了现金链的偿债风险。由于普拉托快时尚的服装公司在进行批发业务时，经常没有办法一次性拿到全额的货款，所以服装

公司就会以这个名义拖欠成衣加工厂的加工费，布料公司的布料款，印花企业的加工费、衣架公司的货款、物流公司的货运款，甚至是中餐打包店的伙食费等；从而导致部分的相关企业再次拖欠原料费，甚至是一线工人的工资等。市场关系网络不规范，一旦一个环节或者某个企业出现了恶意拖欠，就会导致整个集群行业、所有的集群企业卷入这个恶性循环。整个行业的现金回流困难，债务链拖长，资金链脆弱影响普拉托快时尚行业的稳定发展。

3、集群企业生存周期太短，无法培育品牌和品牌企业。根据普拉托商会 2008 年第三季度的统计数据，华人企业数量为 3875 家，其中 2926 家企业从事服装行业，企业平均寿命为 18 个月。集群内华人服装企业的平均生存周期只有一年半，许多意大利媒体认为中国企业经常迅速开张，不久之后又关门大吉，以逃避检查。事实上，很多意大利的企业也是如此，企业的换名率比较高，以此摆脱债务风险。企业经常变更不仅不利于产生名牌产品，更不可能打造名牌企业。这也是当地人对华人企业的一个诟病，和 PRADA、AMARNI、GUCCI 等意大利的百年知名品牌相比差距甚远。从普拉托 2013 年的特雷萨服装厂火灾事件调查中，我们也能够初见端倪。检方表示，当局花费了数月时间，以证实名为林姓女子是否是这家工厂的实际老板，而名义上的工厂业主只是一个幌子。检方认为，特雷萨服装厂是林姓女子在同一幢建筑内运营的第四家企业；而辩护律师则表示，该林姓女子只是特雷萨服装厂的一名雇员，从未拥有过任何注册在这个地址的企业。企业生存周期短是温州人应对市场风险和政治风险的、不得已而为之的常见举措。

4、集群企业的国际贸易汇款流程不规范。根据意大利银行的统计数据，普拉托向中国的汇款一直呈递增趋势，2009 年达到 4.64 亿欧元。普拉托前市长罗伯特·切尼表示，华人每年汇往中国的钱，相当于普拉托国民生产总值的 7%。占全意大利国民生产总值的 0.4%。华人认为这部分的钱，应该是他们用来做布料等进出口生意的周转资金，并不是他们的纯利润。意大利警方却一直没有放过华商，他们通过暗中监控一些汇款公司，发现很多中国人的汇款额与自己的营业额、工资、产值不相符。究其原因，多为华商在国际贸易中的操作不规范，没有按照意大利的法律严格执行所致。

C. 创新滞后导致创新关系网络发展受限

1、集群内的产品档次较低，附加值不高。普拉托快时尚产业集群虽然产销量很大，2009 年一年的产量达 3.9 亿件，但附加值并不高。特别是随着集群内温州人企业之间的恶性竞争不断加剧，利润空间进一步压缩。集群内大部分产品的档次低，基本上是定位于意大利的中下层消费者。虽然近年来产品逐渐高级化，但整个市场的定位还是集中在比较低的水平。表现在拥有自主知识产权的新产品太少，面料研发、印染工艺升级以及新品设计等创新活动太少，所以服装所内含的创意、技术、时尚度不够，附加值不高。

2、集群内原始创新少，模仿和复制比例高。由于集群内大量同质的、小型企业的聚集，加上温州人社会关系网络的相对发达，推动了服装产业相关技术的外溢，导致了早期温州人企业之间的相互模仿和复制成本极低。普拉托快时尚产业集群的企业一般规模小，大量的企业员工数只有 10 人以下，包括一两位意大利设计师，而老板几乎就是“万能”的、唯一的管理人员。几乎没有温州人企业设置了管理层级，

最多就是老板和老板娘对内外业务进行大致分工，就能够决定几乎所有的工作。由于缺乏基本的技术开发人员和管理人员，企业员工缺乏创新能力，创新意愿低下，所以企业间的技术和管理的溢出还是基本依托最原始的口碑传播，源头创新能力较弱。

3、集群内缺乏公共创新平台，创新服务不够。普拉托快时尚产业集群在发展中，缺乏公共创新平台，创新服务能力欠缺，影响集群创新关系网络的发展。在现代产业集群发展过程中，创新平台的建设历来被认为是重要的辅助手段。在普拉托的快时尚服装集群发展过程中，为大量小企业提供创新服务的公共平台极为缺乏，既没有提供诸如设计、测试、税务等公共服务，也没有与科研机构、高等学校进行合作开发。曾经与中国政府签订的中意纺织品研发中心，也只是限于协议层面，并没有具体落实。

3.6 温州服装产业集群演化的经验和教训

上世纪 80 年代，温州服装行业形成初步的产业链。上世纪 90 年代，通过引进国外的先进设备和工艺，提高产品质量，调整产品结构，涌现出一批核心企业，服装成为温州的支柱产业。2003 年以后，温州服装行业不断通过虚拟经营、国际合作、合作联盟以及贴牌加工的形式创立品牌并逐步开拓市场。2009 年以来，在温州地区逐渐形成涵盖纺织印染、配饰及辅料生产、研发设计、产品展示、商务洽谈为一体的服装产业集群。特别需要指出的是，温州的服装集群还包含很多小的集群，如鹿城的男装（七都镇的西装；永嘉珠岙的童装；藤桥的外贸女装；瓯海的休闲服），构成了更为多元的服装集群网络。

2011 年以来，由于利润下滑、资金流紧张以及安全生产隐患等诸多问题，大量从事服装加工和辅料生产的小微企业迅速消亡，关联行业间嵌入性降低，服装行业出现萎靡之势，行业聚集度和关联度下滑，产业集群的地域禀赋优势减弱。目前将主要借助契约机制与信任机制的融合来实现网络密度与关系强度的调整优化。

温州本土服装产业集群的演化经验可归纳为以下几个层面，首先是要建立基于信任的社会关系网络，社会关系网络为集群创新提供了心理资本与社会资本的支持，促进了集群网络规模的扩大。其次要建立基于契约的市场关系网络，为集群内外企业的交易提供保障，增加违约的机会成本，减少交易成本；再次要加大创新关系网络的构建，促进市场关系网络的纵向演化，提高社会资本的创新效率，推动集群内企业的创新发展。

在温州服装产业集群网络的演化过程中，每当出现问题时，温州市的各级政府和服装行业商会就会集中商讨，给予商会会员企业一些必要的帮助。如帮助企业提供工人宿舍，改造和修建新的服装工业园区，建设温州服装发展大厦，提供设计、创意等系列公共服务，建立中意纺织品研发中心，推进专业服装商城的二次改造。上述举措充分体现了政府和商会对会员企业的扶植和引导力度。通过资本的对接、信息的汇集以及制度的设计来推进集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的协同演化。

3.7 优化普拉托服装产业集群网络的对策与建议

根据上述普拉托集群演化的问题分析，结合温州服装产业演化的经验，我们认为为了更好地促进普拉托的快时尚产业集群的发展，应该重视集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络的培育和提升，借助不同的市场主体的努力与配合，才能得以逐步实现。

1. 普拉托市政府

1. 普拉托市政府需要更加重视华人企业家群体，需要认识到华人和华人企业对于普拉托快时尚产业的重大贡献。通过加大媒体的宣传力度，让当地老百姓能够真实而客观地理解与评价温商，给予温商更多的融入主流社会的机会；可以通过组织当地居民参与华人团体在春节、端午等传统华人节日中组织的各项活动，增强相互之间的了解。

2. 普拉托市政府应该依托专家提供的快时尚产业发展报告，建议意大利中央政府降低对中小企业的税收，鼓励更多的中小企业创业，增加就业机会；学习欧洲其他国家经验，放松对意大利境内每日现金使用量的限制，避免出现意大利居住的华人不在意大利消费的尴尬局面；放松移民购买房屋的政策；放松境外向意大利汇款的政策等。意大利政府需要制定和欧盟其他国家相比更为优惠的经济政策和税收政策，避免意大利资金向境外转移。

3. 普拉托市政府需要加大地方治安的维护力度，维持当地良好的社会治安情况。目前普拉托经常发生一些治安事件，政府需要通过与华人商会的合作，增设主要街道的监控设备，增加警察的巡逻人次等措施，在改善治安的同时营造良好的市场交易氛围，吸引更多的客户。

4. 普拉托市政府可以考虑中国城的改造项目，由华人团体出资，将普拉托的两条华人街，打造成欧洲的中国城。一方面可以改善华人街的卫生、交通情况，另外一方面可以吸引世界各地的游客，提升普拉托的城市形象。华商作为中国城项目的投资者可以从中受益，普拉托政府通过项目实施可以构建一个增进与外界交流的平台，推进了华商与本地文化的融入。

5. 普拉托市政府需要给予小企业安全生产的必要条件。目前的大检查发现很多小企业没有办法彻底摆脱生产场地与居住地混杂的局面，政府应该出面规划，通过提供土地兴建相应的工业园区，或者改造现有工业区，学习温州过去的经验，将成衣加工类小企业员工的住宿问题集中统一安排，提供必要的资源，“由堵转疏”，从根本上解决混居问题。

2. 对华人商会的建议

1. 各种华人社团之间要加强合作，加强与其他意大利商会或者团体的互动；策划和组织一系列具有较大影响力的活动来提升华人社团的美誉度和知名度。

2. 与高校和研究机构建立校企合作联盟，寻找国际和意大利本土的高校、研究机构的支持；通过设立专门的研究基金，资助和推动研究成果的转化，改善华人企业在当地的舆论环境和社会形象，争取更多的理解和支持。

3. 设立移民第一代和第二、三代的培训班。一代移民的培训主要涉及语言和当地的历史、法律、经济发展环境等；二、三代移民的培训旨在推动对当地文化和中国文化的了解，鼓励更多的二、三代更好地融入当地的经济的发展。

4. 加强与中国国内各个商会的联系，以中国强大的经济发展为支撑，通过社会资本的投入来服务当地的快时尚产业集群。

5. 加强意大利和欧洲优质资源的对接和资源的整合。特别是意大利的服装、鞋、箱包等产业等具有很深的文化底蕴和知名品牌，很多设计、创意部门可以和华人企业对接；很多意大利的高科技技术产业也可以为华人企业未来的产业转型提供帮助。

6. 通过华人社团的集体活动，获取更多的受过高等教育中国留学生的信息，为华人企业吸纳更多的既懂意大利语又熟悉意大利文化的专业人才；只有注入具备创新潜质的人力资本，才能改善华人企业的创新网络结构。

7. 筹备建立专业行业协会，如普拉托服装协会和普拉托成衣加工协会等，以专业协会的名义协调各会员单位，拒绝同业的恶性竞争。

3. 对华人企业家个人的建议

1. 加强个人的修养。通过参加各种培训，系统、持续地学习意大利语和意大利文化，加深对当地文化和历史的了解，有利于长期的融入。

2. 加强法律、经济方面的学习。通过参加商会举办的各种培训班，增加对法务、金融、大数据、移动互联网、电子商务等方面的新知识，跟上当代商务形势的发展变化。

3. 重视家庭生活。参加更多的、有益健康的活动，如运动、艺术、娱乐等，关注下一代的融入，更多参与在当地接受教育孩子的家长会等活动，加强与当地学生家长家的联系。

4. 通过各种途径扩展自身的人脉网络，争取结识更多的专业人士，如互联网、物联网、经济、法律、技术等，既能够为企业的发展提供各种咨询服务，也能够为创新关系网络的构建储备资源，

普拉托快时尚集群产业的发展已经取得了举世瞩目的成就，华人移民企业和华人移民群体所作出的贡献更无法磨灭。普拉托作为欧洲快时尚产业的中心，需要华商群体和当地政府，以及各种团体组织的协同努力，各方均应该从大力发展普拉托经济、助力提升意大利产业转型升级的大局出发，有效改善集群的社会关系网络、市场关系网络和创新关系网络，更好推动普拉托快时尚产业集群的发展，造福当地。

作者简介：

张一力，男，浙江温州人；温州大学商学院院长，经济学教授；厦门大学经济学博士；美国纽约州立大学和意大利佛罗伦萨大学高级访问学者；温州市政协委员，经建委副主任；温州市决策咨询委员会经济转型部副部长；曾任温州银行、奥康国际股份有限公司独立董事。主要从事区域经济和企业家网络研究。

4.

普拉托经济系统的详细调查及社会核算矩阵

2010 年度³²，普拉托省基于当地特定的社会经济结构，借助社会核算系统的数据资源，编制了社会核算矩阵³³（Social Accounting Matrix），以系统分析中国移民群体和非中国移民群体对当地经济增长的贡献率。

本章一共四部分内容。第一部分介绍了社会核算矩阵的起源和内容构成，以及社会核算矩阵的特点。

第二部分介绍使用社会核算矩阵来概述整体经济并评估不同群体对国民经济贡献率的方法。

第三部分列出了具体的各项经济数据，主要经济指标包括国民收入和支出、行业分布、出口、税收等，并区分中国移民与非中国移民在各个具体指标上的贡献。

第四部分以投入产出模型为基础，建立了涵盖中国移民和非中国移民的社会核算矩阵；分析发现，中国移民的经营活动不仅增加了经济总量，还有利于其他配套企业的衍生，为当地经济发展做出巨大贡献。

4.1 什么是社会核算矩阵（SAM）

社会核算矩阵是一种描述经济系统运行的、矩阵式的、反映不同经济主体之间关系的经济核算表。它将描述生产的投入产出表与国民收入以及生产账户结合在一起，被广泛应用于分析发展中国家的经济发展状况，尤其适用于分析存在较大贫富差距、并带来严重社会问题的发展中国家的收入分配政策的调整策略。由于发达国家更容易获得可靠的、标准化的数据，所以我们可以将 SAM 方法应用于发达国家的国民经济核算，对所有的数据信息进行分析并用以模拟经济运行，从而帮助制定国家的发展政策（经济发展部，2009）。

社会核算矩阵作为描述经济体的全面核算框架，能够充分利用统计信息，借助线性模型、一般均衡模型、微观和宏观模型，深入研究宏观经济政策的影响，分析不同区域、不同群体的政策实施效果。但是，编制不同层面的社会核算矩阵对数据的完备性要求存在差别，微观层面的核算需要更为详实的数据。

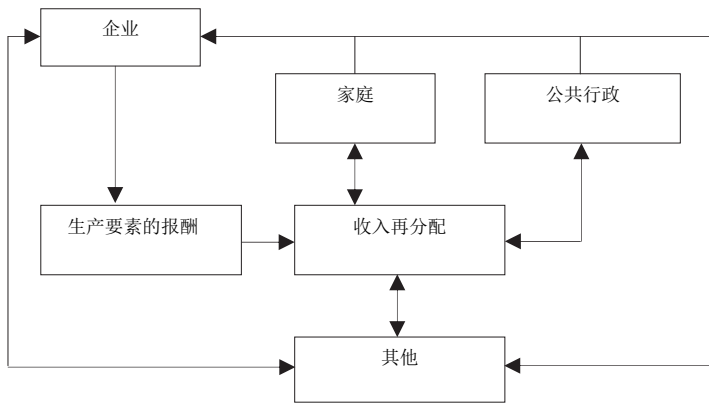
³² 编制社会核算矩阵需要大量数据，这些数据难以及时更新，而且可能会受到外部冲击而发生变化，为了对多年以来稳定存在的经济结构做出客观的现状描述，我们只分析 2010 年的社会经济状况。

³³ IRPET（Istituto Regionale Programmazione Economica della Toscana, Regional Institute Planning Economic of Tuscany, 托斯卡纳区域经济规划学会——译者注）多年来为各国编制宏观社会核算矩阵及各个经济部门的子矩阵，以供学术界和政府决策者对经济政策进行合理评估。

4.2 基于SAM的经济系统描述

参与国民经济运行的各个不同主体（如家庭、企业和政府）之间存在经济循环，在一个开放的系统中以货物和服务的交换、收入转移等形式与世界其他国家产生联系（图 4.1）。图 4.1 中，方框和箭头代表循环经济中不同主体之间各种资源流动的方向，社会核算矩阵可以完整描述循环经济中的各种内部结构和关系的总和。

图 4.1 整体经济系统及经济主体之间的关系



我们按照 SEC10 NACE 分类标准（欧洲共同体内部经济活动的一般产业分类标准），以生产企业、普拉托省内的家庭、非盈利的私人机构和政府等为核算对象，编制社会核算矩阵。在普拉托省的社会核算矩阵中，并不像传统 SAM 那样按照收入分配进行编制，而是突出普拉托中国移民群体相对于非中国移民群体对当地经济的贡献。

普拉托的社会核算矩阵通过间接方法来估计³：IRPET 每年按照全国、大区（托斯卡纳）和大区以下的行政级别顺序完成经济总量的评估，从国家统计局统计资料到地方政府统计机构，充分利用上述信息以得到矩阵各个元素的初始值，运用 Stone、Champernowne 和 Mead 三人创立的方法，从初始不平衡值中最可靠数据出发进行反复调整，确保最终的结果中矩阵的行和列的值相等，并符合由国家统计局公布的当年数据。

由 IRPET 公司为普拉托省所做的社会核算矩阵是由 67 个行和列和构成，其分类方法如下：

1. 生产部门分为 28 个子部门（如表 3.5），与大区会计统计所要求的行业分类一一对应；某些子部门中还区分了中国移民企业和非中国移民企业。

2. 机构部门总共 6 类，分别是普拉托中国移民家庭（家庭成员包含中国公民的家庭）、普拉托非中国移民家庭、中国移民企业（企业所有者中至少有一人是中国

³ 使用间接方法时，会采用其他来源的统计数据，而家庭、企业和公共机构的统计数据也并非出自同一个调查样本，这种方法使用成本低，限制较小，但可靠性难以保障。

公民)、非中国移民企业(包括家庭式企业⁴和其他一切企业)、非盈利的社会机构和行政机构。

3. 其他部门分为 3 类: 托斯卡纳除普拉托之外的其他区域、托斯卡纳以外的意大利其他区域, 意大利境外的其他区域, 以便于计算进出口贸易、旅游业消费和现金资本流动。

4.3 通过社会核算矩阵分析普拉托中国移民对当地经济的贡献

社会核算矩阵涵盖整个经济活动过程, 包括最终需求、生产附加值、收入分配、收入再分配、消费、储蓄、资本转移、净债务等。普拉托社会核算矩阵除了直接按照中国移民/非中国移民来统计, 还对中国移民家庭和中国移民企业加以区分, 根据普拉托省的整体经济环境, 提出了一种计算中国移民与非中国移民对当地经济发展贡献的方法。如下表所示(表 4.2)。

表 4.2 2010 年中国/非中国移民企业的投入产出矩阵 单位: 百万欧元

| | 中国移民企业 | 非中国移民企业 | 中国移民家庭消费 | 非中国移民家庭消费 | 私人 and 公共管理机构 | 中国家庭和企业 | 非中国家庭和企业 | 国内出口 | 国际出口 | 总计 |
|---------|--------|---------|----------|-----------|---------------|---------|----------|-------|-------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | | 4 | 5 | | 6 | | |
| 中国移民企业 | 376 | 704 | 18 | 188 | 13 | 5 | 65 | 936 | 767 | 3.072 |
| 非中国移民企业 | 1.072 | 4.571 | 139 | 2.613 | 1.319 | 115 | 1.346 | 2.802 | 1.378 | 15.355 |
| 增值数 | 669 | 5.042 | | | | | | | | 5.711 |
| 间接税净值 | 15 | 116 | 16 | 352 | 3 | 5 | 63 | 0 | 18 | 588 |
| 国内进口 | 624 | 3.262 | | | | | | | | 3.886 |
| 国际进口 | 315 | 1.660 | | | | | | | | 1.975 |
| 总计 | 3.072 | 15.355 | 173 | 3.153 | 1.335 | 125 | 1.475 | 3.738 | 2.163 | |

来源: 2010 年普拉托省份社会核算矩阵

表 4.2 的投入-产出矩阵提供了大量信息, 如经济系统的基本运行, 中国移民以及非中国移民的企业和家庭如何产生经济关联。

T(i, j) 中 i 指的是矩阵的行, j 指的是矩阵的列。T(1, 1) 是代表的是不同部门之间的货物和服务的贸易总量, T(1, 2) 指的是家庭的最终消费(当地中国移民和非中国移民家庭的最终消费), T(1, 3) 是非盈利私人机构和公共管理机构的最终消费, T(1, 4) 是中国移民企业和非中国移民企业的私人投资, T(1, 5) 是对意大利其他地区的国内出口和意大利境外的国际出口。T(2, 1) 是中国移民公司和非中国移民公司生产的附加值, 第 3 行是间接税净值, T(3, 1) 是产品生产支付的间接

⁴ 所谓家庭式企业, 并不是指完全由家庭成员构成的企业, 而是生产规模小于一定程度、企业员工少于 5 人(从事财务服务的企业只需要 1 人)的企业。对于这种企业, 无须考虑其具体的合伙或股份制度, 我们都把它称之为家庭式企业。

税，T (3.2) 到 T (3.5) 最是为了满足最终需求而支付的间接税。T (4.1) 是指从意大利其他地方的进口（国内进口），T (5.1) 代表从世界其他国家的进口（国际进口）。

从社会核算矩阵中获得不同类型主体所创造的经济总量信息，既包括不相关的产业（生产部门或机构），也包括不同部门的归和，需要进一步分解。表 4.3 简要描述普拉托省的收入情况，表 4.5 概述了生产部门的数据，如附加值、成本、间接税，表 4.6 列出了国内出口和国际出口额。

表 4.3 2010年普拉托省中国移民及非中国移民群体国民收入支出核算 单位：百万欧元

| | 价值 | 百分比 |
|--------------|-----------|-------|
| 产品利润 (中国移民) | 704.65 | 11,2% |
| 产品利润 (非中国移民) | 5,594.38 | - |
| 意大利进口 | 3,886.04 | - |
| 国际进口 | 1,975.02 | - |
| 收入 | 12,160.09 | - |
| 家庭消费 (中国移民) | 172.73 | 5,2% |
| 家庭消费 (非中国移民) | 3,117.59 | - |
| 旅游消费 | 35.31 | - |
| 公共行政消费 | 1,313.26 | - |
| Isp 消费 | 21.56 | - |
| 投资 (中国移民) | 124.56 | 7,8% |
| 投资 (非中国移民) | 1,474.59 | - |
| 意大利出口 | 3,737.66 | - |
| 国际出口 | 2,162.83 | - |
| 支出 | 12,160.09 | - |

资料来源：2010年普拉托省份社会核算矩阵

表 4.3 包括两部分内容：收入部分和支出部门。收入来自国民生产总值（指在一定时期内一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值）和进口部分，支出部分包括最终需求的总额（包括家庭对商品和服务的需求、旅游消费支出、公共管理和非盈利私营机构的消费支出）、投资金额和净出口。社会核算矩阵中的收入和支出相等。据估计，普拉托省内地区生产总值达 62.9 亿欧元，中国企业的贡献为 7.05 亿欧元，占总量的 11.2%。居民家庭消费达 33.2 亿欧元，其中中国移民家庭消费达 1.72 亿欧元，占总量的 5.2%。固定资产投资总额已达 16 亿欧元，其中中国企业和家庭之和等于 1.24 亿欧元，占总数的 7.8%。

表 4.4 2010年普拉托省国民生产总值表

| | 国民生产总值 |
|-----------------|--------|
| 中国移民家庭税前可支配收入 | 198 |
| 非中国移民家庭税前可支配收入 | 2,470 |
| 中国移民企业经营净收入 | 514 |
| 非中国移民企业经营净收入 | 3,585 |
| 间接税和公共管理部门经营净收入 | 725 |
| 总共 | 7,492 |

资料来源：2010年普拉托省社会核算矩阵

表 4.4 中通过汇总当地家庭、企业和公共部门的雇员收入，包括家庭可支配收入、企业经营净收入和其他部门经营净收入，得到国民生产总值。中国移民家庭对国民生产总值的贡献率达 2%，中国移民企业的贡献率则为 7%。非中国移民家庭的贡献为 33%，非华人企业的贡献率为 48%。剩余的 10%来自间接税和一小部分公共管理部门的经营收入。

除了从收入和支出的角度来反应经济系统，还可以观察到不同部门的生产总值、附加值、成本和增值税，并区分中国移民和非中国移民企业不同表现。根据表 4.5，我们可以观察到，普拉托省的中国移民企业的生产总值 21.3 亿欧元（约占省总产出的 17%），附加值约为 669 百万元（占省总额的 11.7%）。之所以中国移民企业附加值比例比生产总值的比例低很多，是因为中国移民企业的经营领域主要集中在低附加值行业上。

表 4.5 2010 年按种族的地区分行业经济效益 单位：百万欧元

| 部门 | 生产总值 | 附加值 | 成本 | 间接税 |
|------------------------|---------------|--------------|--------------|------------|
| 农业、畜牧和林业 | 41 | 25 | 15 | 0 |
| 渔业、水产养殖和相关服务 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 重工业 | 6 | 4 | 2 | 0 |
| 食品，饮料和烟草 | 96 | 16 | 80 | 0 |
| 面料工业，服装和皮革制品(中国移民群体) | 1,730 | 483 | 1,237 | 10 |
| 面料工业，服装和皮革制品(非中国移民群体)) | 1,820 | 468 | 1,341 | 11 |
| 木材工业，造纸，出版 | 114 | 37 | 77 | 1 |
| 焦化、炼油、化工、制药 | 84 | 24 | 60 | 1 |
| 橡胶和塑料制品制造业，非金属矿物 | 93 | 28 | 64 | 1 |
| 冶金机械设备除外 | 110 | 43 | 66 | 1 |
| 电气和电子设备，机械设备 | 426 | 132 | 292 | 2 |
| 交通运输设备制造业 | 34 | 4 | 30 | 0 |
| 家具制造，制造修理（中国移民社区） | 39 | 13 | 25 | 0 |
| 家具制造制造修理：（经济） | 164 | 60 | 103 | 1 |
| 电源，天然气，蒸汽和空调 | 263 | 137 | 123 | 2 |
| 水表；污水，垃圾处理 | 188 | 90 | 96 | 2 |
| 其他工业（中国移民群体） | 26 | 9 | 17 | 0 |
| 建筑（中国移民群体） | 4 | 2 | 2 | 0 |
| 建筑 | 869 | 295 | 568 | 6 |
| 贸易；汽车、摩托车维修（中国移民群体） | 207 | 94 | 110 | 3 |
| 贸易；汽车、摩托车维修 | 1,142 | 584 | 541 | 17 |
| 运输和储存 | 758 | 323 | 424 | 11 |
| 住宿和餐饮服务(中国移民群体) | 27 | 15 | 13 | 0 |
| 住宿和餐饮服务 | 263 | 149 | 112 | 2 |
| 信息和通信服务 | 329 | 179 | 148 | 2 |
| 金融和保险服务 | 361 | 195 | 156 | 10 |
| 房地产行业（中国移民群体） | 40 | 24 | 16 | 0 |
| 房地产行业 | 1,176 | 1,007 | 165 | 3 |
| 专业行业、科学和技术 | 488 | 262 | 220 | 5 |
| 行政行业和支援 | 369 | 164 | 201 | 4 |
| 公共行政教育 | 380 | 261 | 108 | 12 |
| 教育 | 330 | 278 | 46 | 6 |
| 医疗和社会保健 | 285 | 129 | 144 | 12 |
| 艺术行业，和娱乐行业 | 69 | 32 | 35 | 2 |
| 其他行业服务（中国移民群体） | 21 | 15 | 6 | 0 |
| 其他行业服务(非中国移民群体) | 176 | 119 | 55 | 2 |
| 其他服务(中国移民社区) | 38 | 15 | 23 | 1 |
| 总额 | 12,566 | 5,711 | 6,723 | 131 |
| - 中国移民社区的总额 | 2,132 | 669 | 1,448 | 15 |
| - 其他经济总额 | 10,433 | 5,042 | 5,275 | 116 |
| 中国移民社区总额的百分比 | 17.0% | 11.7% | 21.5% | 11.6% |

资料来源：2010 年普拉托省社会核算矩阵

表 4.6 列出了中国移民所涉及的行业范围，根据行业所占的比例来排序。纺织服装业占中国生产企业的 81%，贸易占 9.72%，其他个人服务占 4.65%，其他制造业占 3.04%，建筑业占 0.19%。

表 4.6 中国移民企业的行业分布

| | |
|-------|-------|
| 面料和服装 | 81.1% |
| 贸易 | 9.7% |
| 其他制造业 | 3.0% |
| 住宿和餐饮 | 1.3% |
| 建筑 | 0.2% |
| 其他项目 | 4.6% |

资料来源：2010 年普拉托省社会核算矩阵

表 4.7 中国移民企业产值在企业总产值中的比重

| 省份的生产价值 | 中国移民群体 | 非中国移民 |
|----------|--------|-------|
| 农业 | 0% | 100% |
| 纺织品和服装行业 | 49% | 51% |
| 家具和其他制造业 | 19% | 81% |
| 其他工业 | 1% | 99% |
| 建筑 | 0% | 100% |
| 贸易 | 15% | 85% |
| 住宿和餐馆 | 9% | 91% |
| 其他项目 | 1% | 99% |

资料来源：2010 年普拉托省社会核算矩阵

表 4.7 显示了中国移民企业的生产总值占地区生产总值的比例。在纺织品和服装行业，这一比例达 49%，在家具和其他制造业分别为 19.17%和 15.36%，住宿和餐饮业的比例为 9.45%，而在其他领域也占有一定份额。

表 4.8 对中国移民企业的出口情况进行了统计。2010 年中国企业出口额为 766.8 百万欧元，占普拉托省总出口的 33.1%。这些数据均符合对托斯卡纳其他出口生产部门的观察（表 4.8）。出口是中国移民企业的重要业务，从事制造业生产的中国企业出口系数较高。这符合中国企业的基本情况，生产总值比重越高的部门出口份额也越大，纺织和服装领域为 48.5%，家具和珠宝业行业为 19.0%（表 4.9）。

表 4.8 按种族的地区进出口行业经济效益表 单位：百万欧元

| 生产行业 | 国内出口 | 国际出口 |
|------------------------|----------------|----------------|
| 农业、畜牧和林业 | 29.8 | 3.3 |
| 渔业、水产养殖和相关服务 | 0.2 | 0.1 |
| 重工业 | 1.9 | 0.9 |
| 食品、饮料和烟草 | 76.9 | 12.9 |
| 面料工业, 服装和皮革制品(中国移民群体) | 850.5 | 695.7 |
| 面料工业, 服装和皮革制品(非中国移民群体) | 897.6 | 739.7 |
| 木材工业, 造纸, 出版 | 90.9 | 9.8 |
| 焦化、炼油、化工、制药 | 33.3 | 29.3 |
| 橡胶和塑料制品制造业, 非金属矿物 | 48.5 | 33.5 |
| 冶金机械设备除外 | 85.3 | 9.4 |
| 电气和电子设备, 机械设备 | 265.5 | 103.8 |
| 交通运输设备制造业 | 6.4 | 17.1 |
| 家具制造, 制造修理 (中国移民社区) | 16.7 | 18.9 |
| 家具制造制造修理: (经济) | 72.3 | 80.9 |
| 电源, 天然气, 蒸汽和空调 | 1.8 | 0.0 |
| 水表; 污水, 垃圾处理 | 35.4 | 0.0 |
| 其他工业 (中国移民群体) | 16.5 | 4.9 |
| 建筑 (中国移民群体) | 0.0 | 0.0 |
| 建筑 | 4.7 | 1.6 |
| 贸易: 汽车、摩托车维修 (中国移民群体) | 31.2 | 45.5 |
| 贸易: 汽车、摩托车维修 | 150.4 | 232.5 |
| 运输和储存 | 309.2 | 27.4 |
| 住宿和餐饮服务(中国移民群体) | 4.9 | 0.1 |
| 住宿和餐饮服务 | 46.4 | 1.3 |
| 信息和通信服务 | 103.3 | 10.8 |
| 金融和保险服务 | 65.1 | 2.3 |
| 房地产行业 (中国移民群体) | 6.3 | 0.5 |
| 房地产行业 | 314.3 | 18.7 |
| 专业行业、科学和技术 | 32.9 | 19.0 |
| 行政行业 and 支援 | 59.0 | 18.9 |
| 公共行政教育 | 0.2 | 0.1 |
| 教育 | 26.2 | 0.2 |
| 医疗和社会保健 | 0.7 | 0.0 |
| 艺术行业, 和娱乐行业 | 10.2 | 1.1 |
| 其他行业服务 (中国移民群体) | 4.6 | 0.4 |
| 其他行业服务(非中国移民群体) | 33.5 | 3.1 |
| 其他服务(中国移民社区) | 5.3 | 0.8 |
| 总额 | 4.098.7 | 2.314.2 |
| - 中国移民社区的总额 | 935.9 | 766.8 |
| - 经济总额 | 3.162.8 | 1.547.5 |
| 中国移民社区总额的百分比 | 22.8% | 33.1% |

资料来源：2010 年普拉托省社会核算矩阵

表4.9 中国移民企业的出口份额

| 出口行业 | 中国移民群体 | 非中国移民群体 |
|--------|--------|---------|
| 面料和服装 | 48.5% | 52% |
| 家具和珠宝 | 19.0% | 81% |
| 和其他的工业 | 0.5% | 100% |

资料来源：2010 年普拉托省社会核算矩阵

4.4 从社会核算矩阵分析中国移民企业的经济贡献

社会核算矩阵部分或整体的显示了整个经济系统内各主体之间在一年之内的资源流动。矩阵内单个方格和单个元素都与具体的经济总量水平相联系。因此，每个元素一方面是经济总体的一部分，另一方面也根据模型的变化而发生变化。

借用里昂惕夫创造的投入产出模型，也被称之为 leonteviani 模型。其简化形式如下：

$$X=(I-A)^{-1}Y$$

其中 X 为各生产部门总产值的列向量（通常被认为是内生变量）， Y 是最终需求的列向量（通常被认为是外生变量）。 I 是单位矩阵， A 代表直接消耗系数矩阵（即第 j 部门生产单位价值所消耗的第 i 部门的价值，跨部门的要素需求）， $(I - A)^{-1}$ 为里昂惕夫逆矩阵。本文从最基本的方程出发，假设该系统为一个封闭的经济体，没有对外进口或出口，没有间接税，存在边际利润，不存在对居民消费的其他影响。这样就形成一个更加简化的跨部门模型，可以更精确地描述短周期内的经济循环。

IRPET 公司运用单个大区投入-产出模型，使用对称矩阵来描述经济过程的一个部分：（见表 4.10）。

表 4.10 用投入-产出来描述经济效益

| | | | |
|------|---|-------|----|
| | | 家庭开支. | |
| 行业之间 | ← | 公共开支. | 出口 |
| | | 投资 | |
| 增加值 | | | |
| 商品税 | | | |
| 进口 | | ↙ | |

将最终需求向量视为外生变量，将生产总值、附加值、间接税净值和进口等视为内生变量。投入产出模型中涉及到 28 个不同的行业，并对中国移民的企业和非中国移民企业进行区分。

表 4.11 得到中国移民企业在国民生产总值、国内最终需求、出口等经济总量中的比例。通过投入产出模型，充分考虑不同机构和部门之间存在的相互关系，我们可以间接看到中国移民家庭和企业对整个经济体系的贡献。

表 4.11 最终实现的需求和当地中国移民之间的关系

| 资源用途 | 资源用途 单位百万欧元 | | | | | 占经济 总额 总额百 百分比 | |
|-------------|-------------------|-----------------|------------------------|------------------------|-------------------------|----------------------|--------------|
| | 中国移 民家庭 的消费 | 中国移 民的投 资 | 中国移 民 企业国内 出口 | 中国移 民 企业国外 出口 | 中国移 民 企业的剩 余生产 | | |
| 中国移民群体的增加值 | 5.5 | 1.4 | 292.3 | 238.5 | 131.3 | 669.0 | 100.0% |
| 非中国移民群体的增加值 | 76.0 | 39.4 | 134.4 | 111.3 | 107.8 | 469.0 | 9.3% |
| 总增加值 | 81.56 | 40.83 | 426.68 | 349.82 | 239.15 | 1.138.0 | 19.9% |
| 商品税前纯利润 | 16.99 | 5.26 | 9.31 | 120.58 | 141.78 | 293.9 | 33.2% |
| 国民生产总值 | 98.54 | 46.09 | 435.99 | 470.40 | 380.93 | 1.432.0 | 21.7% |
| 境内省份出口 | 51.03 | 50.70 | 316.54 | 258.68 | 730.70 | 1.407.6 | 36.2% |
| 国际出口 | 23.16 | 27.76 | 183.41 | 150.49 | 375.04 | 759.9 | 38.5% |
| 总收入 | 172.73 | 124.56 | 935.94 | 879.57 | 1.486.67 | 3.599.5 | 28.9% |
| 中间需求 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.189.40 | 1.189.4 | 0.0% |
| 家庭开支 | 172.73 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 211.22 | 384.0 | 11.5% |
| 公共财政 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 13.03 | 13.0 | 1.0% |
| 净投资 | 0.00 | 124.56 | 0.00 | 0.00 | 73.01 | 197.6 | 12.4% |
| 国内出口 | 0.00 | 0.00 | 935.94 | 0.00 | 0.00 | 935.9 | 25.0% |
| 国外出口 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 879.57 | 0.00 | 879.6 | 35.8% |
| 总需求 | 172.73 | 124.56 | 935.94 | 879.57 | 1.486.67 | 3.599.5 | 28.9% |

来源：投入产出矩阵计算所得

表 4.11 显示的是中国移民企业和家庭对收入和支出的直接和间接的贡献率。如果没有普拉托中国移民企业的贡献，普拉托省的国民生产总值将会降低 21.7%，非中国企业增加值将减少 9.3%，而省外和境外的进口将分别减少 36.2%和 38.5%。

表 4.12 中国移民在普拉托省的国民生产总值数据统计

| | 中国移民企业 | 非中国移民企业 |
|--------------|--------|---------|
| 中国移民家庭及企业的开支 | 0.1% | 1.3% |
| 中国移民家庭及企业的投资 | 0.0% | 0.7% |
| 中国移民企业国内出口 | 5.1% | 2.4% |
| 中国移民企业国际出口 | 4.2% | 1.9% |
| 其他 | 2.3% | 1.9% |

以上数据根据投入-产出模拟计算而得

如表 4.12 显示，由移民家庭及企业引发了国民生产总值 1.4%的增幅，其中 0.1%由中国移民企业实现，其他非中国移民企业实现了 1.3%。中国移民的商业投资引发了其他非中国移民企业的需求增长，占到普拉托省国民生产总值的 0.7%。移民企业国内出口带动了普拉托 7.5%的增长，其中中国移民企业完成 5.1%，非中国移民企业完成 2.4%。中国移民企业的国际出口额为 349.8 亿欧元，占普拉托国民生产总值的 6.1%（中国移民企业占 4.2%，非中国移民企业占 1.9%）。其余的需求（包括中间需求和最终需求达到 4.2%），其中中国移民企业收入占 2.3%，其他企业占 1.9%。

表 4.13 最终实现的需求和当地中国移民之间的关系

| 附加值 | 附加值的启用 (下列数值为百万欧元为单位总数比例) | | | | | | 激活综合 | 总数比例 |
|----------------------------------|------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|------|
| | 中国移民家庭及企业消费 | 中国移民家庭及企业的投资 | 中国移民企业国内区域出口 | 中国移民企业国外出口 | 剩下省份生产数据 | | | |
| 农业、畜牧和林业 | 0.11 | 0.01 | 0.48 | 0.38 | 0.16 | 1.1 | 4.5% | |
| 渔业，水产养殖和相关服务 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.0 | 0.0% | |
| 重工业 | 0.02 | 0.02 | 0.14 | 0.11 | 0.07 | 0.4 | 8.2% | |
| 食品、饮料和烟草 | 0.04 | 0.00 | 0.04 | 0.03 | 0.02 | 0.1 | 0.9% | |
| 面料工业、服装和皮革制品 (中国移民社区) | 0.37 | 0.05 | 249.30 | 203.94 | 29.15 | 482.8 | 100.0% | |
| 面料工业、服装和皮革制品 (经济) | 0.14 | 0.04 | 10.51 | 8.60 | 2.28 | 21.6 | 4.6% | |
| 木材工业，造纸，出版 | 0.08 | 0.04 | 0.17 | 0.15 | 0.09 | 0.5 | 1.4% | |
| 焦化、炼油、化工、制药 | 0.06 | 0.03 | 0.59 | 0.49 | 0.25 | 1.4 | 6.0% | |
| 橡胶和塑料制品制造业，非 金属矿物 | 0.03 | 0.07 | 0.24 | 0.20 | 0.09 | 0.6 | 2.2% | |
| 冶金机械设备除外 | 0.07 | 0.13 | 0.16 | 0.12 | 0.07 | 0.5 | 1.3% | |
| 电气和电子设备，机械设备 | 0.12 | 1.16 | 0.33 | 0.28 | 0.19 | 2.1 | 1.6% | |
| 交通运输设备制造业 | 0.01 | 0.05 | 0.02 | 0.02 | 0.02 | 0.1 | 3.1% | |
| 家具制造，制止修理（中国 移民社区） | 0.02 | 0.03 | 5.83 | 6.59 | 1.00 | 13.5 | 100.0% | |
| 家具制造制造修理：（经济） | 0.06 | 0.15 | 0.07 | 0.06 | 0.04 | 0.4 | 0.6% | |
| 电源，天然气，蒸汽和空调 | 0.93 | 0.42 | 13.82 | 11.41 | 5.97 | 32.6 | 23.7% | |
| 水表：污水，垃圾处理 | 1.34 | 0.22 | 5.65 | 4.61 | 2.31 | 14.1 | 15.8% | |
| 其他工业（中国移民社区） | 0.01 | 0.02 | 5.82 | 1.77 | 1.34 | 9.0 | 100.0% | |
| 建筑（中国移民社区） | 0.00 | 0.07 | 0.01 | 0.01 | 1.65 | 1.7 | 100.0% | |
| 建筑 | 0.38 | 14.88 | 1.60 | 1.32 | 1.08 | 19.3 | 6.5% | |
| 贸易：汽车、摩托车维修 (中国移民社区) | 2.12 | 0.83 | 18.01 | 23.81 | 49.35 | 94.1 | 100.0% | |
| 贸易：汽车、摩托车维修 | 6.86 | 4.84 | 21.37 | 17.66 | 8.16 | 58.9 | 10.1% | |
| 运输和储存 | 3.03 | 1.13 | 10.91 | 9.04 | 5.79 | 29.9 | 9.3% | |
| 住宿和餐饮服务(中国移民社 区) | 0.38 | 0.06 | 2.98 | 0.42 | 10.66 | 14.5 | 100.0% | |
| 住宿和餐饮服务 | 2.61 | 0.57 | 4.01 | 3.33 | 2.77 | 13.3 | 8.9% | |
| 信息和通信服务 | 1.65 | 1.85 | 5.50 | 4.58 | 3.66 | 17.2 | 9.6% | |
| 金融和保险服务 | 3.28 | 0.95 | 8.38 | 6.77 | 6.03 | 25.4 | 13.1% | |
| 房地产行业（中国移民社区） | 1.51 | 0.22 | 3.80 | 0.32 | 17.95 | 23.8 | 100.0% | |
| 房地产行业 | 44.58 | 10.32 | 17.78 | 15.14 | 12.86 | 100.7 | 10.0% | |
| 专业行业、科学和技术 | 2.29 | 1.17 | 17.36 | 14.46 | 8.77 | 44.0 | 16.8% | |
| 行政行业和支持 | 1.39 | 0.76 | 10.06 | 8.32 | 5.60 | 26.1 | 16.0% | |
| 公共行政 | 0.11 | 0.03 | 0.36 | 0.30 | 0.14 | 0.9 | 0.4% | |
| 教育 | 2.08 | 0.14 | 1.72 | 1.43 | 0.97 | 6.3 | 2.3% | |
| 医疗和社会保健 | 0.19 | 0.01 | 0.05 | 0.04 | 0.04 | 0.3 | 0.3% | |
| 艺术行业、和娱乐行业 | 0.42 | 0.09 | 1.17 | 0.96 | 0.64 | 3.3 | 10.3% | |
| 其他行业服务（中国移民社区） | 0.99 | 0.05 | 3.46 | 0.49 | 9.74 | 14.7 | 100.0% | |
| 其他行业服务(经济) | 4.15 | 0.37 | 1.90 | 1.55 | 0.79 | 8.8 | 7.4% | |
| 其他服务(中国移民社区) | 0.12 | 0.10 | 3.07 | 1.14 | 10.50 | 14.9 | 100.0% | |
| 总额 | 81.56 | 40.83 | 426.68 | 349.82 | 239.15 | 1.138.0 | 19.9% | |
| - 中国移民社区的总额 | 5.5 | 1.4 | 292.3 | 238.5 | 131.3 | 669.0 | 100.0% | |
| - 其他经济总额 | 76.0 | 39.4 | 134.4 | 111.3 | 107.8 | 469.0 | 9.3% | |
| 中国移民社区全额的百分比 | 6.8% | 3.5% | 68.5% | 68.2% | 54.9% | 58.8% | | |

来源：投入产出报表所得

由于中国移民企业和家庭而获益的行业，包括电力行业（23%）、咨询行业（16.8%）、行政管理（16.0%）、金融和保险行业（13.1%）、贸易行业（10.1%）。

4.5 对普拉托省经济政策的评价

通过社会核算矩阵来评估经济发展情况是非常具有挑战性：决定经济发展的因素非常多，也非常复杂，它们彼此之间还互相交错影响。考虑到普拉托省最具发展前景的行业是纺织品和服装行业，我们对该行业的发展提出如下设想：

1. 通过增加种类和提高价格，使整个时装行业提高技术含量，提升产品的品种、价格和质量。
2. 降低当地生产的半成品，增加从国外进口的最终产品（尤其是从中国）。
3. 增加周边提供配套服务的机构，如市场营销、市场调查、产品研发。
4. 增加对欧盟和美国的出口。
5. 将中国移民企业的质量和成本水平提高到意大利企业的标准。

社会核算矩阵作为经济绩效的评价工具，可对上述目标的中期和末期进行量化考核。2010 年社会核算矩阵中的各项数值将被视为基准值，当作为外生变量的社会最终需求发生变化时，我们可以观察到各项指标相对于基准值的变化。表 4.14 中列出了纺织品和服装行业中需求发生变化时可能带来的其他变化。

表 4.14 “纺织品和服装行业的发展设想”及社会核算矩阵中外生变量的变化

| | | |
|---|---|----------------------------------|
| 1 | 通过增加种类和提高价格，使整个时装行业提高技术含量，提升产品的品种、价格和质量 | 机械和设备投资相对该行业的当前值增加 1% |
| | | 研发投资相对于该行业的当前值增加 1% |
| 2 | 降低当地生产的半成品和增加从国外（尤其是从中国）进口的最终产品 | 进口产品总需求增加 1% |
| | | 相比目前的价格，出口价格上涨 1% |
| 3 | 增加周边提供配套服务的机构，如市场营销、市场调查和产品研发 | 产品附加值增加导致其他配套企业的技术服务增加 1% |
| 4 | 增加对欧洲和美国的出口 | 产品出口增长 1% |
| 5 | 将中国移民企业的质量和成本水平提高到意大利企业的标准 | 劳动力成本上升，中国移民企业规范纳税，财务成本上升，导致消费减少 |

前四种情况中，我们假设变量相对于当前值或已有系数变动 1%。这是因为我们无法准确预测变动程度，在模型估计中，我们衡量了国内生产总值（GDP）变动 1%所带来的就业率的变化。而当这两个变量发生变化的具体数值已知时，我们就可以计算外生变量的总变动程度。第五种情况带来的结果不同于前四种情况，因为此时企业迫于压力调整自己的财务支出，减少违规的税收行为，从而导致税收上升，消费减少。

表 4.15 普拉托省的发展愿景

| | 国民生产总值 变化（单位： 百万欧元） | 每一单位变 化增加的就业 数量 | 国民生产 总值的百分比 变化量 | 就业数量的 百分比变化量 |
|------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|
| 机械设备投资增加 1% | 0.03 | 0.33 | 0.00% | 0.00% |
| 研发投入增加 1% | 0.90 | 12.75 | 0.03% | 0.03% |
| 进口增长 1% | -2.28 | -54.50 | -0.05% | -0.05% |
| 出口增长 1% | 10.43 | 168.00 | 0.18% | 0.17% |
| 其他配套企业的技术服务增加 1% | 10.33 | 380.00 | 0.18% | 0.39% |
| 产品附加值减少 1% | 26.85 | -141.83 | 0.47% | -0.15% |
| 出口实际增长 1% | 10.43 | 168.00 | 0.17% | 0.17% |
| 税收增加导致减少消费 | -27.00 | -215.00 | -0.50% | -0.20% |

表 4.15 表明，国民生产总值的绝对变化值、相对变化值以及就业率都会因为表 4.14 中列出的情景而出现。国内生产总值（GDP）乘以表中列出的弹性系数，就可以计算外生变量的变动百分比。例如，如果知道纺织品出口将增长 20%，乘以出口弹性 0.18 和就业弹性 0.17（表 4.15 第四行），就可以计算出由于出口增加而带来的国民生产增加值（3.6%），并评估出口对就业的影响（就业上升 3.4%）。同样的方法也适用于其他所有外生变量的计算。

Riferimenti bibliografici/参考书目

- Acocella I. (2008), *Il focus group. Teoria e tecnica*, Franco Angeli, Milano.
- Barberis E. (2011), "Imprenditori cinesi in Italia. Fra kinship networks e legami territoriali", *Mondi migranti*, n. 2, pp. 101-124.
- Barbu M., Dunford M., Liu W. (2013), "Employment, entrepreneurship, and citizenship in globalised economy: the Chinese in Prato", *Environment and Planning A*, vol. 45, pp. 1-22.
- Becattini G. (1975), *Lo sviluppo economico della Toscana 1945-1973 con particolare riferimento all'industrializzazione leggera*, IRPET, Firenze.
- Becattini G. (2001), *The Caterpillar and the Butterfly. An exemplary case of development in the Italy of the Industrial Districts*, Le Monnier, Firenze.
- Berti F., Pedone V., Valzania A. (2013), *Vendere e comprare. Processi di mobilità sociale dei cinesi a Prato*, Pacini Editore, Pisa.
- Bracci F. (2009), "Migranti cinesi e contesto locale: il distretto pratese e la transizione fredda", *Sviluppo locale*, vol. XIII, n. 31, pp. 91-111.
- Caramaschi E. (2004), *Matrice di contabilità sociale e distribuzione del reddito. Un'applicazione al caso italiano*, IRPET, Firenze
- Caserta D., Marsden A. (2014), *L'imprenditoria straniera in Provincia di Prato* (dicembre), Camera di Commercio, Prato.
- Ceccagno A. (a cura di) (2003), *Migranti a Prato: Il distretto tessile multi-etnico*, Centro di ricerca e servizi per l'immigrazione del Comune di Prato, Franco Angeli, Milano.
- Ceccagno A. (2004), *Giovani migranti cinesi: la seconda generazione a Prato*, Franco Angeli, Milano.
- Ceccagno A., Rastrelli R. (2008), *Ombre cinesi? Dinamiche migratorie della diaspora cinese in Italia*, Carocci, Roma.
- Colombi M. (a cura di) (2002), *L'imprenditoria cinese nel distretto industriale di Prato*, Olschki, Firenze.
- Dei Ottati G. (1994), "Prato and its evolution in a European context", in Leonardi L., Nanetti R. Y. (eds), *Regional development in a modern European economy: the case of Tuscany*, Pinter, London, pp. 116-144.

- Dei Ottati G. (2003), "Exit, voice and the evolution of industrial districts: the case of the post-World War II economic development of Prato", *Cambridge Journal of Economics*, vol. 27, n. 4, pp. 501-522.
- Dei Ottati G. (2003), "Fiducia e cambiamento economico nei distretti industriali. Il caso del distretto di Prato", *Sviluppo Locale*, vol. X, 23-24, pp. 82-105.
- Dei Ottati G. (2009a), "An industrial district facing the challenges of globalization: Prato today", *European Planning Studies*, vol. 17, n. 12, pp. 1817-1835.
- Dei Ottati G. (2009b), "Semi-automatic and deliberate actions in the evolution of industrial districts", in Becattini B., Bellandi M., De Propis L. (eds.), *A Handbook of Industrial Districts*, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 204-215.
- Dei Ottati G. (2013a), "Imprese di immigrati e distretto industriale: un'interpretazione dello sviluppo delle imprese cinesi a Prato", *Stato e Mercato*, n. 98, agosto, pp. 171-202.
- Dei Ottati G. (2013b), "Il ruolo dell'immigrazione cinese a Prato: una rassegna della letteratura", in IRPET, Provincia di Prato, ASEL, *op. cit.*
- Dei Ottati G. (2014), "A Transnational Fast Fashion Industrial District: An Analysis of the Chinese Businesses in Prato", *Cambridge Journal of Economics*, vol. 38, n. 5, pp. 1247-1274.
- Dei Ottati G., Cologna D. (in corso di pubblicazione), "The Chinese in Prato and the current outlook on the Chinese-Italian experience", in Baldassar L. *et al.* (ed.), *Chinese Migration to Europe: Prato, Italy and beyond*, Palgrave Macmillan, London.
- Gereffi G., Hunphrey J., Sturgeon T. (2005), "The governance of global value chains", *Review of International Political Economy*, vol. 12, n. 1, pp. 78-104.
- Gereffi G., Korzeniewicz M. (eds) (1994), *Commodity chains and global capitalism*, Praeger Publishers, Westport CT.
- Ghezzi L. (2014), "Le difficoltà di un'economia export-led", in IRPET, Provincia di Prato, ASEL, *op. cit.*
- Guercini S., Milanesi M., Dei Ottati G. (2013), *Global and local business networks in the growth of the Chinese firm in Prato*, paper presentato al "6th Chinese in Prato Symposium and 4th Wenzhouese Diaspora Symposium", Prato Monash Centre, 29-30 Ottobre.
- Iommi S. (2012), "Evoluzione degli insediamenti e dinamiche localizzative", in Lattarulo P. (a cura di), *Rapporto sul territorio. Gli impatti economici e distributivi dell'intervento pubblico sul territorio*, IRPET, Firenze.
- IRPET, Provincia di Prato, ASEL (2014), *Prato: il ruolo economico della comunità cinese*, IRPET, Firenze.
- Johanson G., Smyth R., French R. (eds) (2009), *Living Outside the Walls: the Chinese in Prato*, Cambridge Scholars Publishing.

- Johanson G., Smyth R., French R. (a cura di) (2010), *Oltre ogni muro: i cinesi di Prato*, Pacini Editore, Pisa.
- Johnston R. (2004), "Clusters: a review of their basis and development in Australia", *Innovation: management, policy & practice*, vol. 6, n. 3, pp. 380-391.
- Lever-Tracy C., Ip. D. (2005), "Diversification and extensible networks: The strategies of Chinese businesses in Australia", *International Migration*, vol. 43, n. 3, pp. 73-97.
- Marsden A., Caserta D. (2010), *Storie e progetti imprenditoriali dei cinesi a Prato*, Camera di commercio, Prato.
- Marshall A. (1919), *Industry and trade*, edizione 1923, Macmillan, London.
- Ministero dello sviluppo Economico (a cura di) (2009), *La matrice di contabilità sociale: uno strumento per la valutazione*, IPI, Roma.
- Oriani R., Staglianò R. (2008), *I cinesi non muoiono mai*, Chiarelettere, Milano.
- Pieraccini S. (2008), *L'assedio cinese: il distretto parallelo del pronto moda di Prato*, Il Sole 24 ore - Unione Industriale Pratese, Milano [Prato].
- Pieraccini S. (2010), *L'assedio cinese: il distretto senza regole degli abiti low cost di Prato*, 2a edizione aggiornata, Gruppo 24 ore, Milano.
- Porter M. E. (1998), *Clusters and the new economics of competition*, vol. 76, n. 6, pp. 77-90, Harvard Business Review, Boston.
- Portes A., Guarnizo L., Landolt P. (1999), "The study of transnationalism: Pitfalls and promise of an emergent research field", *Ethnic and Racial Studies*, vol. 22, n. 2, pp. 217-37.
- Portes A., Haller W., Guarnizo L. (2002), "Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation", *American Sociological Review*, vol. 67, April, pp. 278-298.
- Portes A., Sensenbrenner J. (1993), "Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of the economic action", *American Journal of Sociology*, vol. 98, n. 6, pp. 1320-1350.
- Portes A., Zhou M. (2011), *The Eagle and the Dragon: Immigrant transnationalism and development in Mexico and China*, Working Paper 12-03, Center for Migration and Development, Princeton University.
- Provincia di Prato, ASEL (2013), *L'immigrazione nella Provincia di Prato, VIII Rapporto 2012-2013*, Prato.
- Provincia di Prato, IRES Toscana (2012), *Mi chiamo Chen e lavoro a Prato. Imprese e dipendenti cinesi nel territorio provinciale 2008-2012*, Prato.
- Pyatt G., Round J. (1985), *Social Accounting Matrices: A Basis for Planning*, The World Bank.

- Scandizzo P. L. (1994), *I modelli di equilibrio economico generale e la valutazione dei progetti d'investimento*, ISPE, Roma.
- Sciclone N. (a cura) (2014), *Rapporto sulla dispersione scolastica in Toscana*, IRPET, Firenze.
- Smith M. P., Guarnizo L. E. (eds) (1998), *Transnationalism from below*, Transaction Publisher, New Brunswick.
- Tichy G. (1998), "Clusters: Less Dispensable and More Risky than Ever", in Steiner M. (ed), *Clusters and regional specialization*, Pion, London, pp. 211-25.
- Wong L., Ng M. (2002), "The emergence of small transnational enterprise in Vancouver: The case of Chinese entrepreneur immigrants", *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 26, n. 3, pp. 508-30.
- Wu B. (2010), "L'emigrazione internazionale e lo sviluppo di Wenzhou", in Johanson G. *et al.* (a cura di), *op. cit.*, pp. 247-266.

Finito di stampare nel mese di Marzo 2015
presso Press Service Srl - Firenze

ISBN 978-88-6517-065-6

Continua con il presente volume l'approfondimento sulla dimensione economica e sociale e sulle principali caratteristiche della comunità cinese che vive e lavora, ormai stabilmente, nel distretto pratese.

L'attenzione si sposta in questo caso sul sistema delle relazioni, di natura prevalentemente economica, ma non solo, che legano la comunità cinese con la popolazione e gli imprenditori autoctoni, ma anche quelle che legano al contesto di origine, la metropoli di Wenzhou (Provincia dello Zhejiang), in cui si è sviluppato un solido cluster dell'industria dell'abbigliamento, fortemente orientato all'esportazione.

Nella letteratura sui distretti, i due ambiti di relazione, quello locale, inteso come relazioni fiduciarie tra gli operatori economici, e quello internazionale, inteso come apertura ai mercati internazionali, sono considerati fattori rilevanti nello spiegare lo sviluppo locale. Le due scale territoriali dell'integrazione socioeconomica vengono quindi analizzati nella loro evoluzione, allo scopo di evidenziare le tendenze, i rischi e le opportunità e ricavarne, di conseguenza, indicazioni per l'orientamento delle politiche pubbliche.

L'insediamento di una comunità straniera di dimensioni rilevanti, che non sempre riesce a integrarsi adeguatamente con la popolazione autoctona, come agisce sulla formazione delle relazioni fiduciarie che a lungo hanno costituito uno dei fattori di successo del distretto pratese? Quali sono le aspettative e, dunque, il ruolo delle seconde generazioni nel favorire un più alto livello di integrazione? L'integrazione economica, che possiamo stimare attraverso le matrici di contabilità, è molto più elevata di quella sociale mediamente percepita? E ancora, l'evoluzione delle relazioni internazionali, che in passato riguardavano solo la fase di esportazione dei prodotti finiti e che oggi, invece, si sono arricchite anche di flussi in ingresso, sia di semilavorati che di prodotti finiti, come cambia le prospettive per l'economia locale?

Queste sono le domande cui lo studio si propone di rispondere con gli strumenti dell'indagine diretta e dell'analisi dei dati socioeconomici.