

PARLA IL FONDATORE DI ETNICA E WELCOMEBANK

Se IL FUTURO nasce dentro le kebabberie

Dal primo corso per mediatori culturali, organizzato nel 2001 a Città Studi, l'associazione Etnica ha sviluppato moltissime idee per una crescita sociale nel segno dell'interculturalità. WelcomeBank è una di queste.

Definizione usata ormai da tutte le banche di quello che è il contenitore di servizi messo a disposizione del migrante, WelcomeBank è prima di tutto un insieme di proposte sviluppate dal 2003 a oggi da Etnica, dalla Fondazione Mattei di Milano che ha ospitato il convegno annuale negli ultimi quattro anni e dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Biella, che insieme all'associazione ha indetto il "Welcome Award" un premio destinato alle proposte più innovative dei prodotti bancari rivolti ai migranti.

«Il primo anno lo ha vinto Banca Sella, da sempre preveggenza su dove si orienterà il mercato» commenta il professor Enzo Mario Napolitano, docente di Economia e anima di Etnica disposto a chiarirci qualche dubbio.

Come mai le banche sono le prime a dare risposte su servizi dedicati ai migranti?

«La politica in Italia è assente sul tema. Non ha deciso quale modello applicare alla società: se multiculturale o interculturale».

Che differenza c'è?

«Multiculturale è quando convivono più culture ognuna con i suoi spazi ben definiti. Interculturale è quando nello stesso spazio convivono tutte le culture e i servizi, le soluzioni sono pensate per l'incontro e non per la ghettizzazione».

La politica è assente

quindi?

«La grande novità è che nel governo appena insediato esiste un Dipartimento per la cooperazione internazionale e l'integrazione dipendente direttamente dalla Presidenza del Consiglio. Staremo a vedere. In mancanza di decisioni politiche è arrivata la supplenza del mercato bancario che però si è speso poco. Soprattutto ha preso pochissimi rischi».

Come mai?

«La percezione del migrante è ancora piena di dubbi: povero, bisognoso, rischioso, "sporco" ancora l'immagine delle aziende. Non c'è, e non è un caso, una campagna pubblicitaria nazionale rivolta ai migranti. Ci arriveremo attraverso il marketing meticcio, alla moda, tipo "Benetton". Però sia chiaro, l'integrazione passa attraverso la banca: quando un migrante può stipulare un mutuo e acquistare casa mette radici, lo stesso se accede al credito che fa avviare un'azienda o mandare i figli all'università. Gli istituti bancari devono assumersi un ruolo di attori sociali, guardando verso l'interculturalità».

È vero che i migranti imprendono di più?

«La natalità netta delle aziende di migranti è superiore a quelle italiane. Oltre il 10%. Lo stesso progetto migratorio è un progetto imprenditoriale. C'è un investimento di una famiglia o di una comunità, c'è un rischio d'impresa anche fisico e un'esigenza di arrivare al successo molto presto. Han-

no una propensione al rischio e quindi a mettersi alla prova. Portano bisogni e pensieri nuovi attraverso il "consumo etnico". Le kebabberie, nate come luogo identitario e chiuso, sono diventate un format di distribuzione gastronomica interculturale, dove si sono affiancate la pizza e le piadine».

Non si rischia di essere legati solo a bisogni consumistici?

«È evidente che il mercato è autoreferenziale. Va fatta una scelta politica oltre che un discorso culturale. Welcome Banking non è gestire solo i migranti, l'interculturalità deve avere un movimento trasversale, come dare un accesso migliore per portatori di handicap. Pensate a un supermercato dove io entro e scelgo quello che voglio e come me, un vegetariano o un

islamico. Il mercato però sta sciogliendo tantissimi nodi di paranoia politica. Il futuro si sta costruendo dentro le kebabberie dove si mischiano stili di vita. Per fare intercultura bisogna aver a che fare con il mercato, sporcarsi le mani e puntare a un'utopia che forse si sta già realizzando. Tra poco pubblicheremo un testo sul marketing over 50. In una nazione che sta invecchiando, c'è un dialogo intergenerazionale che va coltivato, le seconde generazioni di migranti sono "ponti interculturali". Sono i leader del futuro, Sarkozy e Obama, tanto per fare due nomi».

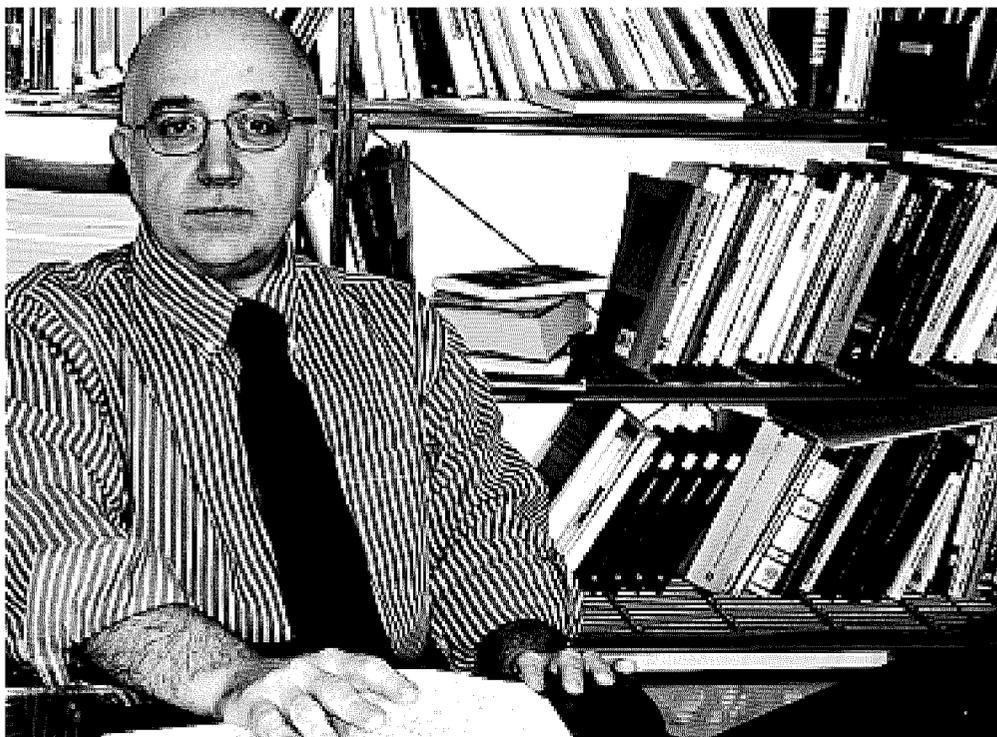
e.p.

Dove manca la politica il mercato supplisce per conto suo



www.ecostampa.it

003600



LA VITA E I LIBRI DI ENZO NAPOLITANO

Nato a Biella il 22 novembre 1958

Docente di Economia Aziendale dal 1989 attualmente presso l'itcs E. Bona di Biella

Docente di Pianificazione e programmazione dello sviluppo negli enti locali presso

Facoltà di scienze politiche dell'Università degli studi di Torino - sede di Biella

BIBLIOGRAFIA

Il Marketing Interculturale: Le identità diventano valore

Enzo Mario Napolitano, Milano, **Franco Angeli**, 2002

Il risparmio invisibile - Il rapporto tra immigrati e banche nella provincia di Biella

Enzo Mario Napolitano, Andrea Quaregna, Anna Cavalleri,
Fondazione Cassa di Risparmio di Biella ed Etnica, Biella, 2005

Le imprese di migranti nella provincia di Biella

Carla Fiorio, Enzo Mario Napolitano, Luca Massimiliano Visconti,
Fondazione Cassa di Risparmio di Biella ed Etnica, Biella, 2006

Stili Migranti

Carla Fiorio, Enzo Mario Napolitano, Luca Massimiliano Visconti,
Fondazione Cassa di Risparmio di Biella ed Etnica, Biella, 2007

Cross generation marketing

Luca Massimiliano Visconti, Enzo Mario Napolitano, Egea, Milano, 2009

WelcomeBank

Luca Massimiliano Visconti, Enzo Mario Napolitano, Egea, Milano, 2011

50plus marketing

Enzo Mario Napolitano, Piero Vecchiato di Ferpi, **Franco Angeli**, febbraio, 2012

BRICIOLE DI CULTURA

Teatro dialettale a Ponderano

STASERA ALLE 21 APPUNTAMENTO AL CENTRO SOCIALE CON LA RASSEGNA DI SPETTACOLI

In scena la compagnia Piccolo varietà di Pinerolo che presenterà lo spettacolo "Na tota sfaragià", una brillante commedia in tre atti di Luigi Odoero. L'ingresso è libero.

Centro sociale di Ponderano

Tel.: 015 541.224

www.comune.ponderano.bi.it

Una famiglia di vampiri al "Giletti"

L'INCASSO DELLO SPETTACOLO VERRÀ DEVOLUTO AL PROGETTO "TRIAMICOVERO"

Alle 21 di questa sera: "Vampiri", scritto da Daniel Capurro, con Elisabetta Fabbri. Uno spettacolo che riflette, con ironia, sul fatto che non sempre i veri vampiri sono quelli che si crederebbero tali. L'ingresso, di 10 Euro per gli adulti e di 6 Euro per i bambini fino a 10 anni, sarà devoluto a "Triamicovero". Il progetto è dell'associazione triverese "Delfino", in collaborazione con il Centro servizi per il volontariato di Biella ed è dedicato alle famiglie in particolari condizioni di disagio.

Associazione di volontariato "Delfino"

Tel.: 335 706.48.29

www.avdelfino.it/progetti/triamicovero

Immaginario tra terra e fuoco

OGGI AL MUSEO DEL TERRITORIO BIELLESE LA SECONDA PARTE DELLA CONFERENZA

"Terra e fuoco nell'immaginario umano, modelli culturali ed educativi", un convegno diviso in due parti, a cui partecipano studiosi italiani e internazionali. La prima parte ha avuto luogo ieri a Torino, a Palazzo Nuovo. È dedicato a Emanuele Rivero, professore ordinario di Filosofia del linguaggio all'Università di Salerno, che ha affrontato nella sua attività accademica il tema dell'intercultura.

Museo del Territorio di Biella

Tel.: 015 252.93.45

www.museodelterritorio.biella.it