

Il boom In un anno, tra le aziende di nuova costituzione, cinquemila (quasi il 30 per cento del totale) sono state avviate da immigrate provenienti da Paesi extra Ue

ECONOMIA

I record Il primato per il numero di attività in proprio spetta alle cinesi, seguite da marocchine, nigeriane e romene. Milano, Roma, Torino e Firenze le realtà più attive

L'impresa femminile cresce

MARTA MAINIERI

SONO quarantamila le donne extracomunitarie titolari di imprese individuali in Italia. Lo rivela una ricerca dell'Osservatorio dell'imprenditoria femminile di Unioncamere, realizzato da Retecamere, secondo la quale, inoltre, su 18.000 attività aperte in Italia dalle donne tra il 2005 e il 2006, cinquemila sono extracomunitarie. Una su tre, quindi,

La Lombardia e la Toscana sono le regioni dove è maggiore la presenza di donne imprenditrici

mentre una su dieci è cinese. Sono loro, infatti, le più intraprendenti (9.141, 1.700 in più rispetto all'anno scorso), seguite an-

che quest'anno dalle svizzere (che sfiorano quota 5mila, ma crescono solo di 151 unità: si tratta perlopiù di figlie di emigrati italiani in Svizzera), dalle marocchine (2.785, +592 rispetto allo scorso anno), dalle nigeriane e dalle romene. Milano e Roma sono di gran lunga le province preferite dalle immigrate per aprire le loro attività, seguite da Torino, Firenze, Caserta (dove si trovano soprattutto nige-

riane occupate nell'agricoltura), che supera di 126 aziende Napoli, e Prato.

E se la Lombardia è la regione con più imprenditrici extracomunitarie (qui lavorano soprattutto cinesi, marocchine, romene e sudamericane), è la Toscana che ha la maggior incidenza di imprenditrici extra Ue sul totale (il 7,2%). Un primato che si deve ancora alle imprese cinesi, concentrate in particolare nel

distretto tessile di Prato e Firenze, che fanno del manifatturiero il secondo settore — dopo il commercio — in cui le donne extra Ue avviano un'attività in proprio. Il 46% delle immigrate, infatti, apre ristoranti, negozi, ditte di import-export "etiche", che offrono cioè merci e prodotti tipici del Paese da cui provengono. Una percentuale tuttavia che si riduce sensibilmente (il 6,2%), se si considera l'inciden-

za delle imprese gestite da extracomunitarie sul totale femminile italiano. Il settore delle telecomunicazioni e dei trasporti, ad esempio, che pure occupa solamente 1.788 donne (in maggioranza marocchine, peruviane ed ecuadoriane) rappresenta nel complesso ben il 15,1% del totale, mentre quello delle costruzioni con sole 1.018 imprenditrici (soprattutto romene) l'8,2%. Questi numeri ancora bassi mostrano, tuttavia, come le immigrate, ancora più delle italiane, aprano le loro attività anche in settori tradizionalmente maschili.

Operano soprattutto nel commercio e nel tessile, ma anche in settori "maschili" come edilizia e trasporti



AFRICA (MALI)

Il lavoro di Hawa tra bar e couscous

MUSICA diffusa, candele sui tavoli. Il "Balafon" è un bar-ristorante di Milano la cui proprietaria, Hawa, è una bella donna del Mali, non ancora cinquantenne, che mentre serve balla a ritmi africani: «Sono arrivata durante la nevicata dell'85... che freddo! — racconta, ridendo. — Mio marito lavorava qui come fotomodello, uno dei primi di colore». È grazie a lui che Hawa riuscì ad aprire il "Balafon": «Nessuno ci avrebbe dato un soldo se una sua amica, una contessa, non fosse intervenuta come garante». Oggi come allora, Hawa cucina couscous, carne, pesce, ma



anche piatti vegetariani. Non cerca un'aiutante perché le donne del Mali sono poche in Italia e le altre africane, dice lei, «mischiano nello stesso piatto carne e pesce». Dieci anni fa Hawa ha perso il marito, ma non lo spirito battagliero; di giorno aiuta in un negozio un parente e di sera lavora al Balafon: «Non siamo una pizzeria — dice —, noi dobbiamo sempre rinnovarci, cambiare il menù, lottare sempre e non arrenderci mai».

CINA

L'arte della cucina appresa in famiglia

«**S**IAMO intante a fare questo lavoro», dice C., proprietaria di un avviato ristorante cinese. «Perché le donne del nostro paese amano lavorare, non essere mantenute. Gli uomini all'inizio ci sostengono, ma poi si sentono stretti nel ristorante e partono alla ricerca di qualche altro affare. Noi siamo più pratiche, sappiamo di dover mantenere la famiglia». I genitori partirono dalla Cina nel 1959 e lasciarono C. con i 3 fratelli che poi, uno per volta, vennero in Italia: «Ci hanno messo vent'anni per portarci via tutti». Appena arrivato, ogni figlio faceva l'apprendistato nel ristorante dei genitori, poi apriva una propria attività. Oggi i clienti di C. sono italiani, giapponesi, coreani ed anche diplomatici cinesi. «In Italia si può lavorare bene, l'importante è essere seri, puliti, avere cibo fresco e personale qualificato». Il futuro? «Chissà. Certo è che tornare non è più possibile, oggi anche noi saremmo stranieri: come mia figlia che vive a Pechino, ma non conosce il cinese».



Una rivendita di prodotti etnici. Il commercio è il settore dove più sono attive le imprenditrici immigrate

Mio padre ci ha messo vent'anni per far venire i quattro figli dalla Cina: indietro non torneremo

Titolari d'impres individuali e settori di attività economica

Donne dati al 30 giugno 2006

Agricoltura, caccia e silvicoltura	3.015
Pesca, piscicoltura e servizi connessi	21
Estrazione di minerali	1
Attività manifatturiere	6.876
Costruzioni	1.018
Comm. ingr. e dett.-rip. beni pers. e per la casa	18.361
Alberghi e ristoranti	2.174
Trasporti, magazzinaggio e comunicaz.	11.788
Intermediaz. monetaria e finanziaria	389
Attiv. immob., noleggio, informat., ricerca	2.865
Istruzione	135
Sanità e altri servizi sociali	136
Altri servizi pubblici, sociali e personali	2.944
Imprese non classificate	191
TOTALE	39.914

Fonte: Unioncamere-InfoCamera, Movimpresa

Commercio a parte (quasi il 50% delle imprese), le immigrate sono molto attive in trasporti e servizi

I fornitori non si fidano come con un uomo, ma cambiano idea quando vedono i dati delle vendite

MAROCCO

Arredi maghrebini per il gusto italiano

«**A**LL'INIZIO è stata dura», dice Fatima, titolare dal 1987 di un negozio di prodotti artigianali e complementi di arredo marocchini: «Difficile avere credito e farsi conoscere. Ma adesso posso dire di poter contare su una clientela che mi garantisce entrate fisse e costanti. La mia idea — spiega Fatima, musulmana moderata, laurea in economia all'università di Casablanca — è valorizzare i prodotti marocchini, reinterpretandoli secondo esigenze e gusti degli italiani. Un modo concreto, credo, per contribuire allo sviluppo e all'innovazione degli artigiani del mio paese». Fatima partecipa al processo di creazione dei nuovi prodotti. I rapporti in Marocco con gli artigiani li gestisce personalmente o attraverso un parente, una figura maschile necessaria per trattare sui prezzi. «Per una donna resta difficile superare gli ostacoli culturali — dice —, ma qualcosa sta cambiando e sempre più donne aprono attività in Marocco. Chissà che non diventi anch'io una di loro».



PERÙ

Sonia vende auto ai connazionali

«**S**OMOS latinos como tu!» è lo slogan della concessionaria Sonia Cars. «È la mia strategia — spiega Sonia, la proprietaria —: aiutare gli stranieri ad acquistare una macchina. Che significa anche offrirsi come garante quando provano di avere il denaro pur non mostrando la busta paga». Sonia voleva fare la carriera militare in Perù, ma divenne proprietaria di un asilo e nel 1999, a 28 anni, venne in Italia sperando di guadagnare i soldi per rinnovare la sua scuola. Per tre anni lavorò come badante: «Non c'era né Natale né Pasqua per me», ricorda. Poi ha fatto l'interprete e la mediatrice. Tra l'altro, accompagnava i connazionali a comprare l'auto, così imparò il mestiere e riuscì a rilevare la concessionaria: «Sono nel business da tre anni ma ancora mi scontro con difficoltà e luoghi comuni: il fornitore o la finanziaria non si fida di me come di un uomo o non considera la mia concessionaria una buona referenza per il suo marchio. Poi, quando si accorgono quante macchine vendo, cambiano tutti idea».

