

Indagine Una ricerca Cna mette in evidenza un fenomeno in controtendenza

Sorprese L'azienda etnica resiste meglio alla crisi

Dal 2005 le imprese straniere sono cresciute del 48% e aumenta la ricchezza. Edilizia, commercio e servizi i settori con il trend migliore

DI ISIDORO TROVATO

In assoluta controtendenza. I dati che riguardano l'occupazione e l'imprenditorialità dei cittadini stranieri sono specularmente opposti a quelli riguardanti gli italiani.

In un'indagine condotta dal Centro studi Cna emerge che, dal 2005 al 2011, l'occupazione dei cittadini di nazionalità italiana si è ridotta del 3,4% mentre quella degli stranieri è quasi raddoppiata (+97%). Per effetto di questi opposti andamenti il peso dell'occupazione straniera è passato dal 5,2% del 2005 al 9,9% del 2011 (gli occupati sono arrivati circa a quota 2,3 milioni).

«In realtà la controtendenza dell'occupazione dei cittadini extracomunitari non sottrae nulla ai cittadini italiani e non incide quasi per niente sul 10,9% di disoccupazione italiana — osserva Sergio Silvestrini, segretario generale di Cna —. I lavoratori stranieri sono più flessibili e disponibili nell'accettare lavori usuranti, pesanti, faticosi, stagionali. Settori come l'agricoltura, il turismo, le costruzioni, le infrastrutture, il comparto della pulizia sarebbero in gravissima difficoltà senza l'apporto degli stranieri. L'obiettivo, semmai, è quello di proteggerli dagli abusi».

Più imprese etniche

Ancora più sorprendente è la crescita degli imprenditori stranieri ed extracomunitari: tra il 2005 e il 2011, le aziende italiane diminuiscono del 9,3% mentre l'attività imprenditoriale straniera cresce del 48,7%. E per effetto di queste opposte tendenze il peso dell'attività straniera cresce del 5,7% del 2005 al 9,1% del 2011.

«L'apparente contraddizione ha alla base ragioni validissime — spiega Andrea Lasagni, docente dell'Università di Parma e curatore della ricerca —. Gli stranieri si inseriscono in settori come edilizia e commercio in nicchie poco sfruttate dagli italiani, inoltre si accontentano di margini di guadagno più bassi e quindi hanno una tenuta migliore. Anche se per loro i problemi di

accesso al credito sono decisamente superiori a quelli che devono affrontare i piccoli imprenditori italiani. Gli stranieri però, spesso, sopperiscono appoggiandosi alla rete di con-

nazionali presenti sul territorio». La crescita della presenza imprenditoriale ha fatto aumentare in modo considerevole il peso della ricchezza prodotta dagli stranieri: dal 7,1%

del 2005 al 12,0% del 2010 (167 miliardi).

L'immigrazione diventa quindi una risorsa per l'economia italiana, nonostante la crisi.

Fattore socio-economico

L'inserimento nelle aziende come lavoratori, e l'avvio di attività produttive, commerciali o di servizio, trasforma l'immigrato in cittadino. «E tutto ciò rappresenta un potente fattore di integrazione sociale — osserva Silvestrini —. Sul piano demografico il saldo attivo è prodotto dagli stranieri residenti e non dagli italiani. Mentre la crisi mortifica la famiglia italiana sino alla rinuncia a mettere al mondo figli, i lavo-

ratori stranieri dipendenti e autonomi continuano a crescere. Non aumentano i nuovi occupati ma crescono i riconiugamenti familiari e i nuovi nati. Questi numeri diventeranno un dato strutturale della crescita della popolazione italiana».

I numeri delle Pmi etniche diventano sempre più consistenti: i titolari e i soci di impresa straniera sono 440.14, di questi il 56,7% sono titolari di impresa, tra di loro, il 22,4% è di sesso femminile e ben il 48,9% è rappresentato da artigiani.

«Oggi i lavoratori stranieri iscritti nelle diverse gestioni Inps (dipendenti, autonomi, artigiani e commercianti) so-

no oltre 2 milioni — precisa il segretario generale di Cna —. Nel 2010 hanno contribuito per 7,5 miliardi di euro al bilancio dell'Ente. Ovviamente, data la loro recente presenza nel nostro Paese, questi lavoratori oggi non percepiscono alcuna prestazione pensionistica e quindi alimentano i fondi dei lavoratori italiani. Quando verrà il tempo delle prestazioni a loro favore, percepiranno pensioni corrispondenti a quanto effettivamente versato, così come previsto dall'attuale sistema contributivo».

E intanto costituiranno la base per le Piccole medie imprese del futuro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Albert



La storia/Accessori

Dal ciclismo allo sci successi sportivi

Gli occhiali e le maschere di Salice



Brand
Anna Salice,
alla guida dell'azienda di famiglia

Per molte imprese del comparto occhialeria questa non è certo una delle stagioni più esaltanti. Ma ci sono aziende che, puntando tutto sul made in Italy di qualità e su investimenti in ricerca, riescono a ottenere buoni risultati economici senza essere costrette a delocalizzare la produzione all'estero. È la strategia imprenditoriale di Salice, società comasca che produce occhiali sportivi e maschere da sci.

Un impegno che ha prodotto nel 2011 un giro d'affari di 5,2 milioni di euro. E nonostante la crisi economica, per l'azienda di Gravedona nata nel 1919 si profila nel 2012 un fatturato stabile.

«Non è semplice produrre in Italia e ottenere buone performance — racconta Anna Salice, amministratore delegato e rappresentante della terza generazione della famiglia —. Così, per continuare ad essere competitivi, abbiamo snellito la catena di comando, tagliato i costi superflui e investito soprattutto nella realizzazione di prodotti dove il rapporto prezzo-qualità fosse il più soddisfacente possibile per i clienti».

Ecco perché ogni anno la società lombarda impiega il 10% del fatturato per ricerca, nuovi brevetti e consulenza di designer nazionali capaci di

cogliere le tendenze del mercato. «Strategie che sarebbero inutili se non riuscissimo a garantire consegne tempestive in giro per il mondo» continua Salice.

Ma chi sono i clienti dell'impresa, nata oltre novant'anni fa da un'idea di Vitaliano Salice, nonno di Anna? «Il 60% della nostra produzione è destinato a chi pratica lo sci — spiega l'amministratore delegato —. Il resto è indirizzato all'occhialeria sportiva.

Insomma, produciamo occhiali sia per proteggere la vista dei neonati, sia per essere al servizio dei campioni di ciclismo che cercano prodotti sicuri».

Ma quale parte del fatturato è ottenuto grazie alle esportazioni? «Il 50% del nostro giro d'affari è rappresentato dall'export nei Paesi europei — aggiunge Anna Salice —. Una quota destinata

ad allargarsi ulteriormente in un prossimo futuro». Di delocalizzare la produzione, però, non se ne parla. «Qualche anno fa è arrivata un'interessante proposta di trasferirci in Svizzera — conclude Anna Salice —. Ma nonostante le tasse elevate abbiamo deciso di rimanere in Italia. Con un team di lavoro così appassionato è impossibile abbandonare Gravedona».

MICHELE AVITABILE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'identikit



Artigiani Sergio Silvestrini (Cna)

La storia/Edilizia

«Il mattone verde è il nostro volano»

Mengucci e le eco-ristrutturazioni



Immobili
Paolo Mengucci,
alla guida del gruppo delle costruzioni

Se si ricalifica un immobile dal punto di vista energetico, passando, ad esempio, dalla classe G (bassa) alla A (alta), il suo valore aumenta anche fino al 20%. In più, è possibile rientrare della metà dell'investimento, grazie alle agevolazioni fiscali.

Mengucci costruzioni è un'impresa marchigiana che da 40 anni costruisce edifici, anche eco-compatibili. È stata tra le prime a costruire e

certificare nel Centro e Sud Italia un'abitazione in «Classe Oro» secondo gli standard di CasaClima, ovvero completamente autosufficiente e con zero emissioni. Il business edilizio, almeno nel breve periodo, sarà proprio quello della ristrutturazione dei fabbricati, grazie anche alla revisione della detrazione fiscale che è salita dal 36% al 50% fino al 30 giugno 2013, con il raddoppio anche del limite massimo di spesa.

«Già nel 2006, abbiamo iniziato a puntare sulle riqualificazioni ma con scarso successo, il mercato non era ancora maturo — racconta il titolare Paolo Mengucci —. Ma abbiamo creduto nel settore e continuato ad investire, fino a quando nel 2010 si sono riscontrati i primi segnali di interesse». In Italia, l'80% dei palazzi ed il 95% degli stabilimenti d'impre-

sa andrebbero riqualificati. Quasi tutti viviamo in appartamenti di classe energetica bassa, con elevate dispersioni e alti consumi.

«Un'inversione di tendenza c'è stata dall'inizio di quest'anno — continua Mengucci — da quando è diventata obbligatoria la certificazione energetica per edifici nuovi ed "usati", in tutte le trattative commerciali e adesso, con le nuove agevolazioni fiscali per interventi di ristrutturazione e riqualificazione energetica, si attende ulteriore ossigeno al settore edile».

Ma di che tipo di interventi si tratta? «Sono ristrutturazioni di tipo energetico, acustico ed anche sismico». Funziona così. «Prima si procede con un check up dell'intero stabile — spiega Mengucci — poi si passa ad un progetto di miglioramento dell'edificio, rendendo l'involucro più performante e coibentato. Una volta che l'involucro è sano, si passa ad interventi di tipo energetico, favorendo l'uso delle rinnovabili». L'azienda marchigiana, che investe il 13% in ricerca e sviluppo possiede circa 25 immobili, per un valore patrimoniale di 15 milioni di euro. Grazie ai nuovi incentivi, prevede di crescere il prossimo anno del 10%.

BARBARA MILLUCCI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'identikit



Le scarpe italiane camminano oltre la crisi

L'export delle scarpe made in Italy (dati Anci) con gli incrementi del 2011 (12,7%) e 2010 (13,7%) è riuscito a recuperare i livelli pre-crisi. Continua a preoccupare il mercato interno, calato nei primi 3 mesi 2012 dell'1,6%

Lavorazione vetro, è boom in Russia

Nel 2011 è proseguita la forte espansione dell'export italiano delle macchine per la lavorazione del vetro. Secondo Gimav, l'associazione di categoria, a fare da traino è stata soprattutto la Russia: +81% sul 2010.

Londra 2012 si allena con Technogym

Le attrezzature Technogym saranno a disposizione dei 12 mila atleti in gara alle Olimpiadi di Londra. L'azienda cenate, già fornitrice di 4 manifestazioni olimpiche, ha allestito 25 centri di preparazione.

Web, le Pmi innovative hanno trovato una voce

L'eccellenza imprenditoriale del made in Italy ha un nuovo megafono. Si chiama www.voxfabbrica.it, agenzia d'informazione online su innovazioni ed esperienze internazionali delle nostre Pmi.



In bacheca
felicefavacor@hotmail.com