

# Il Sole **24 ORE**

Nuovi target

## La sfida «etnica» degli immigrati

**Karima Moual**

«**L**a semola per il cuscus? Sono anni ormai che compro quella del marchio Barilla. Per spezie e altri ingredienti ho il mio negozio marocchino di fiducia, dove compro carne e aceto halal, la menta e la Shiba per il tè marocchino e prodotti alimentari che arrivano direttamente dal mio paese». Khadija è marocchina, ha 65 anni ed è in Italia da 35, con i figli e il marito. Come in molte famiglie straniere, è lei che come donna, è portata per forza a divenire il simbolo delle tradizioni e della cultura di origine ed è colei che ha più responsabilità per la continuità delle radici del paese d'origine. E la cucina è una di quelle. È anche grazie alle donne e madri come lei che si vive la doppia cittadinanza, e dalla numerosa presenza di negozi di alimentari etnici, un dato diventa certo: nelle case delle famiglie straniere, oltre alla pasta e alla pizza a farla da padrona è la propria cucina tradiziona-

le. La casa attraverso la cucina tradizionale, diventa un luogo di ritrovo per quelle radici che seppur lontane si possono sentire vicine con sapori ed odori.

Con l'aumento della presenza straniera, alla pari va anche la domanda per l'alimentare etnico. Tuttavia a rispondere a questa domanda sono stati soprattutto gli stessi immigrati, una fetta di quei piccoli imprenditori stranieri.

Ma il business dell'alimentare etnico inizia a fare gola non solo ai piccoli imprenditori stranieri ma anche alle grandi imprese italiane. E la sfida sarà: riusciremo in Italia a produrre alimenti etnici di qualità per competere con quelli che arrivano direttamente dai paesi di origine e conquistare

### **ABITUDINI**

Le comunità preferiscono puntare sull'importazione ma i prodotti italiani stanno assumendo una importanza crescente

le comunità straniere? Qualcuno ci ha già provato e con successo. Per fare qualche esempio: la semola del cuscus e il latte fermentato prodotto dalla Abit, sul mercato con il nome Shawia, che ha già conquistato le tavole delle comunità arabe in Italia. Solo qualche mese fa invece c'è stata l'inaugurazione del primo reparto di carni halal alla coop di Roma. Ma la sfida non è così semplice: «Ahmad, pakistano, sulla zucchini pakistana non vuole stare a compromessi? Preferisco comprarla al mercato di Piazza Vittorio e pensare che arrivi direttamente dal mio paese. Se fosse prodotta in Italia per me non avrebbe il sapore della mia terra». E sui prodotti halal, altra merce che fagola a molti imprenditori, perché consumati dalla seconda comunità religiosa in Italia, c'è chi sta già pensando al futuro e in grande. È stata fatta una commissione all'interno della grande moschea di Roma che si occuperà della creazione di un marchio halal italiano. Che sia riconosciuto anche

dai paesi islamici e che possa favorire l'esportazione di prodotti italiani halal all'estero. Attualmente ci sono vari marchi halal ma riconosciuti solo da singole associazioni islamiche. Non c'è un vero e proprio sistema di controllo che garantisca la certificazione halal come invece avviene per la certificazione kosher. E molte molte macellerie islamiche ricorrono ancora all'importazione dalla Francia e dal Belgio. «Per quanto mi riguarda se le imprese italiane producessero alcuni alimenti etnici qui in Italia sarebbe veramente un passo in avanti - dice El Hasane al khayat proprietario ad Aosta di una macelleria islamica dove all'interno si possono trovare anche prodotti alimentari che arrivano direttamente dal Marocco - avremmo meno difficoltà di importazione così come si eviterebbe di tradurre ogni volta dall'arabo all'italiano i prodotti. Perché miei clienti non sono solo musulmani ma anche molti italiani».