

Bassetti: «Chi copia i nostri prodotti ci fa un favore»

Il manifesto dell'ex presidente di Regione Lombardia: «Nel mondo ci sono 200 milioni di 'italici'»

«Per me dovremmo benedire il parmesan, non demonizzarlo, né tantomeno combatterlo». Difficile ascoltare, o leggere, una tesi simile e non pensare sia autolesionista. Eppure, secondo Piero Bassetti, il finto parmigiano-reggiano e tutti i prodotti 'italian sounding' sono degli ambasciatori inconsapevoli del nostro modo di produrre e di vivere. Ottantasette anni, già presidente di Regione Lombardia per la Democrazia Cristiana tra il 1970 e il 1974, Presidente della Camera di Commercio di Milano tra 1982 e il 1997, Bassetti è oggi presidente, tra le altre cose, di [Globus et Locus](#), una fondazione nata nel 1997 che si occupa di fare proposte sul ruolo dell'Italia e degli italiani nell'economia globale. Il 12 marzo 2015 uscirà il suo nuovo libro, dal titolo "[Svegliamoci, Italici!](#)" edito da **Marsilio**, che lui definisce, come da sottotitolo, un 'manifesto per un futuro glocal'.

Presidente Bassetti, in che senso dovremmo benedire il parmesan? È un'imitazione che fa perdere valore ai nostri prodotti. Dovremmo considerarla una minaccia per il made in Italy...

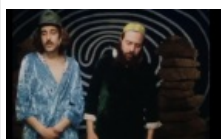
Le racconto una storia. Ero in un ristorante a New York e ho ordinato un risotto. Quando ho chiesto del formaggio da spolverarci sopra mi hanno portato del parmesan. Ovviamente, l'ho rimandato indietro, chiedendo se era possibile avere del parmigiano. Il ristoratore mi ha spiegato che non è tradizione degli americani mettere del formaggio sul risotto e che proprio per questo dava loro il *parmesan*, offrendo il parmigiano-reggiano a un prezzo maggiorato. Risultato? Attraverso il *parmesan* gli americani si abituavano al gesto e, dopo due o tre volte, chiedevano di provare l'originale.

Lei non lo chiama *italian sounding*, ma *made by italics*...

Noi dovremmo vendere e promuovere ciò che viene fatto all'italiana, dagli italici. Le faccio un esempio: qualche anno fa, al Quirinale, l'allora presidente della Repubblica nominò Cavaliere del Lavoro il signor [Sebastiano Petruzzello, italiano emigrato in Australia](#), che si era arricchito producendo parmesan e mozzabella. Gli ingredienti, ovviamente, non potevano essere quelli italiani. Ma l'amore che metteva in quei prodotti, la cura nel saper fare, erano da italico. Così come il suo amore per la tradizione e la storia di quei prodotti. Producendo *parmesan* e *mozzabella*, Petruzzello è un italico, perché si è fatto ambasciatore della nostra cultura. Secondo me, il titolo di Cavaliere se l'è meritato.

Questo cosa significa?

Che il *parmesan* è il collegamento necessario per contaminare gli americani e gli australiani al gusto e ai prodotti italici. Così come tutti gli altri prodotti 'italian sounding', il parmesan esiste perché è avvenuta una contaminazione di gusto e di cultura, in questo caso alimentare, tra noi e loro. Riguardo al benedirlo, la mia ovviamente era una provocazione dialettica contro chi pensa che nella globalizzazione il nostro ruolo dovrebbe essere meramente difensivo. È per cambiare questo modo di pensare che ho scritto 'Svegliatevi Italici!', del resto.



LEGGI ANCHE

[Com'è difficile vivere da autarchico in Italia](#)

[Lidia Baratta](#)

Partiamo dal titolo: perché parla di italici e non di italiani?

«Gli italici sono una popolazione che è quasi quanto quella che abita gli Stati Uniti d'America»

Definire gli italiani è facile: le persone che vivono dentro i confini di un Paese che si chiama Italia, o che hanno un passaporto italiano. Definire gli italici, invece, è più difficile: potremmo dire che sono tutte quelle persone che, a vario titolo, entrano in contatto con la nostra cultura, con ciò che definisce il nostro modo di vivere e che in qualche modo ne sono cambiate. Gli italiani sono circa 60 milioni. Gli italici, se consideriamo quelli che oggi chiamiamo i cervelli in fuga, gli emigrati, i loro figli e nipoti 'meticci' arrivano a essere 200 milioni. Se consideriamo anche quelli che amano la nostra cultura al punto tale di desiderare di potersi definire tali, arriviamo a quasi 300 milioni di persone. Una popolazione che è quasi quanto quella che abita gli Stati Uniti d'America.



LEGGI ANCHE

Micelli: «Portiamo l'artigianato nel futuro»

[Francesco Cancellato](#)

D'accordo, ma perché dovremmo sentirci italici? È solo un trucco per pensare di essere di più, per contare di più?

No, al contrario. È il tentativo di creare una forma statale moderna, una specie di Commonwealth liquido, che prescindendo dal solo vincolo spaziale dei confini nazionali. I nostri co-protagonisti, gli italici che non vivono in Italia, non si definiscono tali in funzione della dimensione spaziale della penisola. Sono dei nostri perché condividono la nostra cultura. E non si limitano a difenderla, ma la mettono in gioco, la ibridano con la cultura altrui. Si fanno contaminare e, soprattutto, contaminano. Ci sono italici a Londra, a New York, nella Silicon Valley, in Cina. È una forma di statualità moderna, come quella dello Stato Islamico.

In che senso?

«Per essere italici bisogna volerlo ed essere consapevoli di esserlo»

Nel senso che lo Stato Islamico non definisce i suoi cittadini in funzione dello spazio che occupano nel mondo, ma perché si riconoscono come suoi cittadini. Non è né lo spazio, né il tempo a definirli, ma una terza dimensione: quella della consapevolezza. Come per i Sami - quelli che noi chiamiamo Lapponi - che non hanno uno Stato, ma fanno parte di Svezia, Norvegia e Finlandia, ma hanno ottenuto di poter votare in quanto tali, a condizione che si sentano tali. Per essere italici, quindi, bisogna volerlo ed essere consapevoli di esserlo. O, meglio: consapevoli di cosa voglia dire far parte di questo popolo.

E cosa vuol dire essere italici?

Sarà banale, ma essere italici vuol dire avere la medesima cultura, aver sensibilità per la bellezza, essere consapevoli di portare avanti un pezzo di un'eredità, di una storia lunga, mettere l'uomo al centro di tutto. È un fatto culturale, prima che economico. Conseguentemente, il prodotto italico è un prodotto che si fonda su un saper fare che assomma a sé questi valori. Che sia fatto in Italia o meno, per me è indifferente.

Parole chiave:

[piero bassetti](#) / [regione lombardia](#) / [imprese](#) / [italiani](#) / [italici](#) / [made in italy](#) / [made by italics](#)

Argomenti:

[imprenditori](#) / [politica economica](#) / [aziende](#) / [sviluppo economico](#)

<http://www.linkiesta.it/piero-bassetti-italici-.libro-intervista>