

MILANO
venerdì, 4 giugno 2021

Made in Italy e Made by Italics: un connubio possibile

di Stefano Clima, Direttore generale *Mercurio Misura*
e co-fondatore *Associazione Svegliamoci Italici*



L'Italia è un concentrato di tesori: premessa un po' banale, ne convengo, ma necessario punto di partenza. Nessun luogo della Terra, anche immensamente più grande della nostra penisola, riunisce una tale quantità di meraviglie, di ogni genere: arte, cultura, cucina, architettura, musica, tecnica, design, ... natura.... Un magico mix di doni naturali e di genio umano fanno dell'Italia il Paese più meraviglioso e invidiato del mondo. Tanto invidiato che l'etichetta più ambita dai consumatori all'estero, dal secondo dopoguerra in poi, è il **Made-in-Italy**. E questo costituisce anche motivo di vanto dei numerosissimi Italiani all'estero, espatriati, o loro discendenti, che rilucono del successo del nostro genio, che è anche il loro, il Genio Italico.

Non italiano, in effetti, ma italico, e la distinzione va oltre gli elementi nazionalistici. A prima vista si potrebbe pensare che il concetto di "italiano" debba richiamare l'elemento identitario nato nel 1861: la nascita della Nazione Italiana postula l'esistenza del popolo italiano, della cittadinanza, dei diritti, della sottomissione al sistema giuridico nazionale, etc. E quindi l'esistenza dei prodotti italiani, fatti in Italia.

Si potrebbe quindi dire che tutto ciò che nella nostra penisola nasce prima dell'Italia unita non sia italiano, ma italico. In effetti è così. Ma c'è di più. Italico non è solo questo. Italico è anche, ad esempio, chi non vive più in Italia, perché trasferitosi all'estero, cittadino di altra nazione, ma con ben radicati l'amore e la consapevolezza delle bellezze dell'Italia. E chi, pur nato all'estero, ha genitori o nonni italiani, che gli hanno trasmesso quelle passioni per i nostri tesori. In Sudamerica ci sono stratificazioni di famiglie provenienti dall'Italia. Non italiane, dunque, ma "italiche".

E il made in Italy? Quando un discendente di una famiglia italiana, nato all'estero, produce e diffonde pasta tipicamente italiana, o sughi provenienti dalla tradizione culinaria regionale italiana, dolci tipici di una zona del sud Italia cosa sta producendo? Certamente non può classificarli come prodotti Made In Italy. Perché lui non è italiano, e i prodotti prendono corpo altrove. Ma lui è italico! E i prodotti sono "**Made by Italics**".

Alcuni anni fa, Piero Bassetti mi ha contagiato della sua irresistibile intuizione, secondo cui nel mondo esistono centinaia di milioni di italici, molti dei quali non ne hanno alcuna consapevolezza. Non si sentono, e non sono di fatto, italiani. Eppure, tutto ciò che fanno, inventano, diffondono i milioni di persone che amano la cucina, la musica, l'artigianato, la moda, in genere il genio proveniente dalla nostra penisola, è made in Italy se prodotto nei nostri confini, ma è made by italics se prodotto fuori. A ben vedere, quindi, il made by italics è una meravigliosa estensione del made in Italy. La Nutella prodotta in Canada non è Made in Italy. Ma classificarla come Made in Canada ne occulterebbe il valore originario, il pregio legato al luogo di origine dell'idea. La Nutella canadese è "made by italics".

Riconoscere come italica la mozzarella fatta negli Stati Uniti accentua il suo valore, legandone le sue radici alla nostra penisola. Come si vede, l'elemento nazionalistico passa in secondo piano, risulta sostanzialmente fuori tema. L'Italia, quale area geografica produttrice di genio e bellezza, nasce molto prima dell'Italia unita. Nel tardo medio evo hanno preso forma i primi germi di quel potente composto di elementi che, esploso col Rinascimento, non ha più smesso di affascinare i popoli di tutto il pianeta.

Italiani e italici, italianità e italicità, made in Italy e made by italics. L'alleanza di questi "parenti stretti" produce un risultato molto maggiore della loro somma. Riconoscere il valore del prodotto italico può costituire una delle leve di moltiplicazione del valore dell'Italia, ventre millenario delle più straordinarie meraviglie che hanno arricchito il mondo intero. Alimentare questa alchimia costituisce una sfida eccitante, dotata di straordinario potenziale: identitario, culturale ed economico, a tutto vantaggio dell'Italia e degli Italiani. Questa sfida merita di essere colta. Mai l'Italia ne ha avuto più bisogno, mai come ora può trarne vantaggio.

Stefano Clima

*Direttore generale Mercurio Misura
e co-fondatore Associazione Svegliamoci Italici*