L'Expo galleggiante di armi del Sistema Italia

By Manlio Dinucci and Tomasso Di Francesco
Global Research, November 14, 2013
ilmanifesto.it

È salpato ieri da Civitavecchia il gruppo della marina militare costituito dalla portaerei Cavour, dalla fregata Bergamini, dalla nave di supporto logistico Etna e dal pattugliatore Borsini. Scopo ufficiale della «campagna navale» – organizzata dal Ministero della difesa in collaborazione con i ministeri degli Esteri, dello Sviluppo Economico e dei Beni Culturali – è presentare «il Sistema Paese in movimento e rafforzare la presenza dell'Italia nelle aree geografiche considerate strategiche per gli interessi nazionali, oltre che fornire assistenza umanitaria alle popolazioni bisognose».

Il gruppo navale farà scalo in 7 porti mediorientali del Mar Rosso e del Golfo Persico – Gidda (Arabia Saudita), Mascat (Oman), Dubai (E.A.U.), Abu Dhabi (E.A.U.), Doha (Qatar), Mina Sulman (Bahrein), Kuwait City (Kuwait) – e in 13 porti africani: Gibuti (Gibuti), Mombasa (Kenya), Antseranana (Madagascar), Maputo (Mozambico), Durban (Sudafrica), Città del Capo (Sudafrica), Luanda (Angola), Pointe-Noire (Congo), Lagos (Nigeria), Tema (Ghana), Dakar (Senegal), Casablanca (Marocco) e Algeri (Algeria). Il gruppo, dopo un viaggio di cinque mesi, rientrerà in Italia il 7 aprile 2014.

Il costo della campagna navale è previsto in 20 milioni di euro, di cui 7 a carico dello stato e 13 dei «partner dell'industria privata». Soldi ben spesi: essi potranno usare la portaerei, lunga 244 metri e larga 39, come una grande fiera espositiva itinerante. A bordo sono stati installati gli stand in cui espongono i loro prodotti e contattano i clienti. La missione della portaerei Cavour, ha assicurato il ministro Mauro intervenendo ieri alla Camera durante l'esame del decreto missioni, non è di «vendere sistemi d'arma italiani all'estero». Non si capisce allora perché al centro dell'Expo galleggiante ci siano le maggiori industrie belliche italiane con il loro campionario, che sarà mostrato ai potenziali acquirenti di porto in porto. In primo piano quelle di Finmeccanica: l'AgustaWestland che presenta elicotteri da guerra, di cui due sono esposti sulla Cavour; la Oto Melara, che espone il sistema d'arma 127/64 LW Vulcano caratterizzato da un elevato ritmo di fuoco (fino a 35 colpi al minuto) e dalla possibilità di utilizzare munizioni guidate; la Selex ES, specializzata in sistemi radar e di combattimento.; la Wass, che presenta nello stand Finmeccanica il siluro pesante Black Shark; Telespazio, che offre i suoi sistemi di telecomunicazioni militari, anche satellitari; la Mbda, che espone i missili Aspide, Aster, Teseo/Otomat e altri. La Elt offre apparecchiature elettroniche per la guerra aerea, terrestre e navale; la Intermarine, vascelli militari. I clienti che non possono permettersi i cannoni Otomelara a fuoco rapido potranno sempre trovare, nello stand Beretta sulla Cavour, una vasta gamma di pistole automatiche. I prodotti civili degli altri stand sono in genere di lusso, come gli aerei executive della Piaggio e della Blackshape.

Accanto alle armi esposte negli stand, ci sono sulla Cavour cinque caccia Sea Harrier a decollo verticale, quattro elicotteri, una settantina di fucilieri della Brigata San Marco e

specialisti subacquei del Comsubin. La campagna navale infatti, oltre a promuovere le «eccellenze italiane», serve a «operazioni di contrasto alla pirateria» e all'«addestramento di personale militare» soprattutto in Africa. Per «l'assistenza umanitaria» ci sono a bordo della Cavour la Croce Rossa e le onlus Fondazione Francesca Rava e Operation Smile.

Una organizzazione perfetta. Si vanno a vendere altre armi ai paesi mediorientali e africani, dominati da oligarchie e caste militari, provocando un ulteriore aumento delle loro spese militari che comporterà un ulteriore aumento della povertà soprattutto in Africa. Ogni cannone, ogni missile venduto dai commessi viaggiatori della Cavour significherà altri migliaia di morti, soprattutto tra i bambini, per sottoalimentazione cronica e malattie che potrebbero essere curate. Ma sulla Cavour ci sono anche gli «operatori umanitari» per dimostrare quanto l'Italia sia sensibile e pronta ad aiutare «le popolazioni bisognose».

Nel Rapporto 2013 della marina militare si sottolinea che che le navi da guerra sono «ambasciatrici dell'Italia». Una nave come la Cavour deve essere considerata «proiezione del Paese, non solo come strumento militare ma anche come veicolo per promuovere i nostri interessi economici: la nave, dunque, quale simbolo vincente del Made in Italy» come dimostra «il successo commerciale della nostra industria per la Difesa». In tal modo la marina militare sponsorizza anche se stessa, dimostrando che spendere 3,5 miliardi di euro per una nave come la Cavour (che costa per un giorno di navigazione 200 mila euro) e altri miliardi per dotarla dei caccia F-35, significa fare un investimento per il «Sistema Paese».

Un paese che deve essere militarmente pronto alla «proiezione di capacità per intervenire là dove necessario», ossia a proiettare le proprie forze armate là dove sono in gioco gli interessi economici e politici delle potenze occidentali, in primo luogo degli Stati uniti. Non a caso la campagna navale italiana si svolge in Medio Oriente e Africa, due delle aree strategicamente più importanti per gli Usa e la Nato.

Manlio Dinucci

The original source of this article is ilmanifesto.it
Copyright © Manlio Dinucci and Tomasso Di Francesco, ilmanifesto.it, 2013

Comment on Global Research Articles on our Facebook page

Become a Member of Global Research

Articles by: Manlio Dinucci
and Tomasso Di Francesco

About the author:

Manlio Dinucci est géographe et journaliste. Il a une chronique hebdomadaire "L'art de la guerre" au quotidien italien il manifesto. Parmi ses derniers livres: Geocommunity (en trois tomes) Ed. Zanichelli 2013; Geolaboratorio, Ed. Zanichelli 2014;Se dici guerra..., Ed. Kappa Vu 2014.

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Centre of Research on Globalization grants permission to cross-post Global Research articles on community internet sites as long the source and copyright are acknowledged together with a hyperlink to the original Global Research article. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca