



L'Expo galleggiante di armi del Sistema Italia

Par [Manlio Dinucci](#) et [Tomasso Di Francesco](#)

Mondialisation.ca, 14 novembre 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 Mbd, 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 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

La source originale de cet article est ilmanifesto.it

Copyright © [Manlio Dinucci](http://ilmanifesto.it) et [Tomasso Di Francesco](http://ilmanifesto.it), ilmanifesto.it, 2013

Articles Par : [Manlio Dinucci](http://ilmanifesto.it) et
[Tomasso Di Francesco](http://ilmanifesto.it)

A propos :

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.

responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexactes.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site Mondialisation.ca sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de Mondialisation.ca en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: media@globalresearch.ca

Mondialisation.ca contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: media@globalresearch.ca