

## LA TEORIA ECONOMICA DEL DODO

di Eugenio Benetazzo Vice Presidente Assoconsulenza [www.assoconsulenza.com](http://www.assoconsulenza.com)

Il dodo è stato un simpatico pennuto inetto al volo vissuto sino alla fine del XVII secolo nell'Isola di Mauritius, alto poco più di 70 cm, dall'andatura goffa vista l'atrofizzazione delle ali, sviluppò abitudini alimentari e di nidificazione nel terreno: ha ispirato anche un personaggio dei fumetti Disney (Spennacchiotto, l'inventore che faceva concorrenza ad Archimede). Purtroppo per quanto innocuo ed innocente potesse essere questa inimitabile creatura, il dodo non esiste più da circa 400 anni (l'ultimo avvistamento risale al 1681) a seguito dell'introduzione nell'isola da parte dei coloni portoghesi di specie animali antagoniste (come maiali, cani, gatti, ratti e scimmie), le quali iniziarono a predare molto voracemente le sue uova. La sua estinzione fu resa possibile, oltre all'assoluta difendibilità dovuta alla nidificazione a terra ed alla esiguità delle covate, anche dall'indole ingenua del trapassato bipede piuttosto tonto ed accorto dal difendersi da minacce sino ad allora mai viste. Ancora oggi nel dialetto portoghese il termine "doudo" indica cinque possa essere preso di mira per la sua bonarietà. Allora nessuna autorità istituzionale avrebbe pensato che l'ingresso di specie alloctone avrebbe cagionato la scomparsa del volatile inerme.

Basta aspettare ed anche il cosiddetto Made in Italy farà presto la fine del dodo ovvero si estinguerà. Proprio come è accaduto al povero pennuto secoli or sono nessuno ha mai pensato di difendere il Made in Italy da predatori esterni che sono stati fatte entrare in Italia senza tanti complimenti, con il solo fine di inchinarsi alle esigenze della produzione imposte dalla tanto osannata globalizzazione (conosciuta anche nel mondo non accademico con il termine di sodomizzazione). Il Made in Italy che avrebbe dovuto essere il vanto italiano nel mondo in un'epoca di profondi cambiamenti storici è stato svenduto e trasformato in preda, portandolo lentamente all'estinzione. Ormai nell'immaginario collettivo, il termine Made in Italy, ha ancora ben poco di quanto potevamo vantarci negli anni passati: più che produrre in Italia con maestranze, manifattura e ricerca italiana si pensa il più possibile a come far diventare un prodotto "Made in Italy" siglandolo con questa ormai ridicola dicitura. A livello politico non esiste corrente o forza che si sia fatta promotrice della difesa dell' Made in Italy e di tutto quello che esso comporta e genera a livello di indotto.

Vi è di più: pensate che abbiamo avuto governi tanto di destra quanto di sinistra che hanno spinto i nostri industriali a chiudere lo stabilimento italiano per riaprirlo nella provincia del Guandong, aiutandoli successivamente a reimportare tutto l'output produttivo per farlo spacciare come se fosse un prodotto italiano. Forse è il momento di salvare il dodo prima dell'estinzione proponendo l'abbandono dell'insignificante dicitura "Made in Italy" sostituendola con "Prodotto Italiano ©" (marchio inequivocabile che dovrà identificare una merce prodotta in Italia al 100 %, quindi con ideazione, progettazione, manifattura e manodopera operaia esclusivamente italiana).

Basta con l'invasione di finti prodotti Made in Italy che distruggono la capacità di popolamento delle imprese italiane, lasciamo che siano gli altri paesi ad abbracciare ciecamente il dictat della globalizzazione condita con il profitto indiscriminato. Ritorniamo sui nostri passi e pensiamo a come difenderci da prodotti antagonisti che non arrecano beneficio al nostro paese. Persino l'attività di macellazione ed allevamento italiano sta perdendo la sua distintività nel definirsi "Made in Italy" e si appresta a fare la fine del dodo, puntando ormai su mangimi modificati di importazione e carni macellate di provenienza extracomunitaria, ma porzionate presso qualche centro carni italiano per trasmettere l'emblema di carne italiana.

Solo la reale distinzione (istituita con una disciplina giuridica molto severa) tra quello che è effettivamente prodotto in Italia da quello che diventa italiano grazie

ad un giro di carte farlocche, può consentire al Titanic Italia di imboccare una strada che preservi dall'estinzione l'artigianato e l'industria italiana. Solo con una stringente campagna di difesa della cosiddetta italianità (dal semplice paio di scarpe al prestigioso vestito sartoriale passando per i generi alimentari come il vino ed il formaggio) possiamo pensare di prosperare innanzi ad una trasformazione planetaria degli equilibri geoeconomici e ad una migrazione dei tenori di ricchezza e benessere da occidente a oriente. Il dodo si è estinto perchè nessuno ha pensato a difenderlo, nessuno ha immaginato che cosa potesse accadere mettendolo in competizione con animali a lui antagonisti ma non autoctoni, altre specie viventi che poco hanno di originale e distintivo come il dodo. E proprio come il dodo anche il "Made in Italy" si sta comportando: ovvero si lascia avvicinare, depauperare e barbaramente sfruttare, senza tanto dimenarsi, come faceva il dodo quando veniva catturato, confidando che il suo predatore fosse un amico che voleva la sua compagnia.

Come possono le forze politiche pensare di salvaguardare l'occupazione e la serenità dei piccoli e medi imprenditori se non si preoccupano di mettere delle barriere all'ingresso di merci antagoniste a quelle italiane (nel senso di autentici prodotti italiani) ? Continuo a ribadirlo e a diffondere questo pensiero attraverso il mio manifesto economico, ma vedo solo chiacchiere e distintivo da parte di autorità e farse politiche italiane. Per questo motivo stanno scomparendo produzioni artigianali ed industriali legate a vari settori come il calzaturiero, l'artigianato orafa, le ceramiche d'arredamento, il tessile e l'abbigliamento, il settore conciario, il metalmeccanico di precisione e così via discorrendo. Ricordiamoci pertanto del dodo, un innocuo e simpatico columbiforme, originale ed unico nel suo aspetto e modo di fare, sempre abituato a non preoccuparsi perchè l'isola che lo ospitava ed in cui si sviluppò genealogicamente non gli dava di che preoccuparsi, sino all'arrivo improvviso di predatori esterni, introdotti dai grandi speculatori di allora (i colonizzatori), i quali decretarono in meno di settantanni la sua estinzione. Ancora oggi il dodo è il simbolo per antonomasia di una specie che si è estinta con una velocità impressionante. Proprio quello che sta accadendo al panorama imprenditoriale del Made in Italy.

Eugenio Benetazzo

Vice Presidente Assoconsulenza

[www.assoconsulenza.com](http://www.assoconsulenza.com)