

MENIA (FDI): “ITALIANI ALL'ESTERO, ECCO COME RINASCE UNA RETE”/ IL VADEMECUM DOPO LA WEB CONFERENCE NEI CINQUE CONTINENTI

ROMA\ aise\ - “Dare voce agli italiani che vivono all'estero innescando dibattiti, confronti e proposte per unire ciò che la geografia divide, grazie al comun denominatore dell'italianità. È il made in Italy 2.0, commerciale, ideale e valoriale, la traccia da implementare”. Così il responsabile del dipartimento italiani all'estero di Fratelli d'Italia, Roberto Menia, al termine della web conference che ha promosso assieme a 50 partecipanti dislocati nei cinque continenti, tra imprenditori, esponenti del mondo delle professioni, delle istituzioni e delle associazioni. Un'occasione per tracciare la rotta che Fratelli d'Italia al netto del positivo trend che l'ha premiata con i sondaggi in costante crescita, intende seguire, attraverso una serie di sinergie con il Ctim, con il mondo della cultura e delle imprese. Importante l'intervento, tra gli altri, dell'ex ministro degli esteri Giulio Terzi di Sant'Agata, dedicato ai rapporti diplomatici e del capogruppo di Fdi in commissione Esteri della Camera Andrea Delmastro impegnatosi particolarmente nel rientro degli italiani in patria nell'emergenza Covid. “Credo che sia imprescindibile partire da un ventaglio di dossier tematici assolutamente strategici – ha osservato Menia - in primis il made in Italy, ovvero le campagne contro la contraffazione dei prodotti italiani e la concorrenza sleale; gli accordi internazionali come il TTIP o quello col Meecosur; i dossier economici come la finanza speculativa che produce le distorsioni sull'euro; e infine, last but not least, la geopolitica nel Mediterraneo come il dossier energetico che investe direttamente l'Italia a Cipro e in Libia. Il nostro sarà un impegno costante e intransigente al fine di conservare, tutelare e promuovere il patrimonio politico, storico e sociale degli italiani nel mondo, accompagnato dall'impulso determinante dato loro dalla destra italiana: non solo un obbligo morale e ideale, ma una straordinaria opportunità di promozione. Animeremo nel brevissimo periodo una serie di iniziative come dare risalto ai giovani imprenditori italiani, legati alle nuove frontiere del business e della conoscenza, e intrecciandoli con il brand made in Italy; fare da megafono alle attività dei Comites indirizzandoli culturalmente; costruire momenti di aggregazione, non solo umana e sociale, ma anche istituzionale e imprenditoriale, con eventi mirati da realizzare in quei luoghi dove le comunità italiane legate al mondo della destra meritano di essere supportate da un'azione di concept; porre all'attenzione delle comunità italiane all'estero, delle istituzioni internazionali, delle Università e delle Fondazioni culturali straniere, le tesi sostenute dalla destra italiana su una serie di tematiche strategiche, come la politica estera, l'ICT, la green economy, la difesa e la promozione del made in Italy in tutte le sue sfaccettature, compresa la forza produttiva italiana messa in pericolo dalla logica delle delocalizzazioni; infine stabilire relazioni durature che siano in grado di far fruttare esperienze dirette di interlocuzione tra imprese, enti e istituzioni italiane e le controparti straniere, sfruttando in primis i binari collaudati delle partnership esistenti e, in secundis, costruirne di nuove”. E ancora, prosegue Menia, “non è mancata una speciale attenzione verso il tema del voto degli italiani nel mondo: un grande lascito morale del ministro Tremaglia e delle battaglie della destra, ma anche una legge da modificare presto secondo criteri di modernità e trasparenza. È giusto aprire al voto elettronico affinché si garantiscano la personalità, l'effettività e la segretezza dello stesso uscendo dalle nebbie dei brogli e delle storture che l'hanno accompagnata portando spesso al parlamento non certo il meglio dell'italianità nel mondo, come era invece lo scopo precipuo della legge”.
(aise)