

TRA PUBBLICO E PRIVATO Funzionale al sistema democratico *di Irene Pivetti*



Irene Pivetti,
professione lobbista,
fotografata da Cristina
Pica

LOBBISTA... ...e orgogliosa di esserlo

Questo è oggi il vero lavoro dell'ex presidente della Camera. Che rivendica il ruolo positivo della sua nuova professione. Un'attività vittima, nel nostro paese, di troppi, cattivi, luoghi comuni.

È stata eletta, nel 1994, giovanissima, Presidente della Camera. Poi, dopo qualche anno Irene Pivetti ha abbandonato la politica "attiva", ma non è uscita dalla ribalta. Anzi, è sempre più sotto i riflettori e il pubblico oggi la conosce soprattutto come giornalista e come conduttrice televisiva. Ma la signora Pivetti esercita anche un altro mestiere -che per lei costituisce probabilmente l'attività principale- quello di "lobbista". Il

segue a pag. 2

“FARE LOBBY IN ITALIA È ANCORA UN’ATTIVITÀ POCO RICONOSCIUTA A LIVELLO PROFESSIONALE. CON CIÒ SI SCONTA UN’ARRETRATEZZA CULTURALE E POLITICA CHE CI COSTA CARA, SIA IN TERMINI DI SVILUPPO ECONOMICO, SIA DI EFFICACIA DEL SISTEMA LEGISLATIVO”.

che non è poi insolito per personaggi che hanno ricoperto un importante ruolo politico o istituzionale. Basti pensare all'ex presidente Bill Clinton e all'ex cancelliere tedesco Gerhard Schroder.

Non c'è quindi da stupirsi se anche la nostra ex terza carica dello Stato svolge questo lavoro. Il fatto è che in Italia, a differenza di quanto accade in altri paesi, l'attività lobbistica è vista con sospetto. E chi la pratica non è considerato un professionista rispettabile (diciamo della comunicazione, visto che anche il padre del marketing moderno, Philip Kotler inserisce il lobbying tra le leve delle relazioni pubbliche), bensì come chi fa qualcosa di poco chiaro, di contrario agli interessi generali.

A Irene Pivetti, che invece rivendica il ruolo positivo del lobbismo, Il Valore ha chiesto di intervenire su questo tema.

Milo Goj

«Ogni volta che faccio lobbying compio un atto di fiducia nella tenuta del sistema democratico», parola di **Gina Nieri**, direttore divisione affari istituzionali, legali e analisi strategiche Mediaset, nonché membro del Cda e del Comitato

esecutivo.

L'affermazione, scandalosa nel suo genere, e tuttavia profondamente vera, prende atto non soltanto che gli interessi economici esistono, e inevitabilmente esercitano pressioni sul decisore, ma anche del fatto che la regolazione di tali interessi e pressioni è la ragion d'essere esatta di gran parte della normativa. Stakeholders del corpo sociale, non meno delle associazioni benemerite e dei movimenti di opinione, gli interessi lucrativi si rivolgono cioè agli amministratori con la propria forza di persuasione, competendo con le altre istanze secondo le regole del sistema democratico.

Ma fare lobby, in Italia, è ancora un'attività poco riconosciuta a livello professionale, quando non addirittura guardata con sospetto, scontando con ciò un'arretratezza culturale e politica che ci costa cara, sia in termini di sviluppo economico, sia di efficacia del sistema legislativo stesso.

Una cattiva normativa, infatti, un'insufficiente valutazione dell'impatto legislativo, dovuta a un carente confronto con le

parti in causa, non generano soltanto frustrazione delle buone volontà e negazione dei diritti fondamentali del cittadino, libertà *in primis*, ma frenano lo sviluppo socio-economico, e producono costi netti (in ricorsi, ritardi, mancate attuazioni, e così via) per le tasche private come per le casse pubbliche.

I danni di un sistema di *regulation by litigation*, del resto, sono ben noti, e i dati sull'esplosione del contenzioso amministrativo negli ultimi quindici anni sono lì a dimostrarlo. L'emissione di norme o, da parte delle Autorità di garanzia, di delibere, che in qualche caso non tengono conto delle ragioni delle imprese, determina infatti non soltanto la moltiplicazione dei ricorsi, ma anche, quando questi vengano accolti, la disattivazione parziale o totale della decisione, con conseguente instabilità e incoerenza del sistema.

Così mentre l'Europa, intesa come istituzioni dell'Unione Europea, fa propria la prassi generalizzata della consultazione pubblica, aprendo addirittura un portale internet a ciò dedicato (*Yourvoice*, nel quadro della Interactive Policy Making, o Ipm, "per aiutare le amministrazioni degli Stati membri e le istituzioni comunitarie a migliorare la valutazione dell'impatto delle politiche, o della loro assenza, e di rendere meglio conto ai cittadini della loro azione"), mentre a Bruxelles i lobbisti professionisti sono consuetudine (oltre 3 mila i soggetti giuridici formalmente accreditati, e oltre 70 mila all'anno i contatti professionali stimati con i soli membri del Parlamento Europeo), in Italia ci si interroga ancora se lobby voglia davvero dire corridoio, e dunque lobbista sia colui che aspetta appena fuori dalla stanza dei bottoni per far pressione su quelli che stanno dentro. Quando non, più semplicemente, un mezzo faccendiere che non è nemmeno capace di far affari con i soldi suoi.

Ecco perché sono necessarie norme, regolamentari o legislative, definite, perseguendo la trasparenza come metodo unico di rapporto fra interessi economici e istituzioni, nel rispetto del patto fra eletti ed elettori, fra cittadini e decisori. Tali norme dovranno necessariamente comprendere anche la pubblicità della situazione patrimoniale degli eletti, nonché delle loro fonti di finanziamento.

Recuperare la centralità del Parlamento e dare dignità alle istituzioni

Una legge seria sull'attività di lobbying tuttavia non è mai stata portata a maturazione, anche se innumerevoli sono stati i tentativi, più o meno velleitari, su questo terreno (l'iter più avanzato, quello del testo Colucci ed altri, proposto nella XIV legislatura da tutti i gruppi parlamentari, non giunse però oltre l'adozione di un testo unificato in commissione).

E sì che metabolizzare in una norma le relazioni fra membri del corpo legislativo e interessi esterni riaffermerebbe il Parlamento come luogo necessario della mediazione, permettendogli anche di riguadagnare spazi rispetto al sempre crescente protagonismo degli esecutivi.

“GLI INTERESSI ECONOMICI ESISTONO ED ESERCITANO PRESSIONI SUI DECISORI. E LA REGOLAZIONE DI TALI INTERESSI E PRESSIONI RAPPRESENTA LA VERA RAGIONE D'ESSERE DI GRAN PARTE DELLA NORMATIVA”.

“A BRUXELLES I LOBBISTI SONO CONSUETUDINE: I SOGGETTI GIURIDICI ACCREDITATI SONO 3 MILA, MENTRE I CONTATTI PROFESSIONALI ANNUI CON I PARLAMENTARI EUROPEI TOCCANO QUOTA 70 MILA”.

E chissà se un'operazione come questa non contribuirebbe anche ad alzare il livello del dibattito parlamentare stesso, negli ultimi anni senza dubbio prostrato e ridotto a cassa di risonanza delle tensioni fra i partiti, quando non di singole individualità. Riportare la trattativa in Parlamento dunque anche per elevare il livello della discussione, passando da puri interessi di dettaglio all'inquadramento dei problemi in un contesto plurale.

Ma abbiamo davvero voglia di restituire dignità a istituzioni che sembrano ormai averla irreversibilmente perduta? Quanti sono i cittadini italiani ancora disposti a fare credito a un sistema indebolito dalle proprie stesse vanità, immaginandone la ricostruzione attraverso un processo minimamente credibile di riforme? Se andremo ad elezioni anticipate la percentuale dei votanti, prima ancora del risultato politico, risponderà in parte a questa domanda.

A chi fa impresa, a chi opera nel tessuto economico, non resta per ora altra scelta, e altro compito, che operare rettamente per generare profitto e così concorrere, nei limiti del possibile, a tener deste le speranze di sviluppo di un paese molto affaticato.

LA PRIMAVERA DELLA LOBBY

È ormai opinione consolidata e diffusa che la comunicazione incide sempre più nell'operato delle imprese, della P. A., delle associazioni e degli enti no-profit e che l'importanza delle relazioni che intercorrono tra queste organizzazioni e i loro pubblici di riferimento determina spesso il loro successo. Nel nostro Paese resta ancora da rimuovere l'appellativo di "lobby" da un concetto di scarsa trasparenza e, a volte, di un tipo di comunicazione per pochi eletti, come rilevato nell'opinione del collega Bistoncini. Questa disciplina è invece da annoverare a tutti gli effetti come una di quelle aree d'intervento che aiutano il sistema a crescere, anche se resta determinante affidarsi al supporto dei professionisti del settore, al fine di ricevere garanzie del rispetto delle regole deontologiche e di qualità che Assorel persegue con determinazione.

Furio Garbagnati

Il termine lobby è tornato prepotentemente alla ribalta nel vocabolario mediatico, politico e istituzionale. Se da un lato è ancora riscontrabile un utilizzo negativo del termine, come se le lobby fossero la causa di tutti i mali e tutti i ritardi del nostro Paese (sono le lobby che impediscono o ritardano le liberalizzazioni, sono le lobby che "assaltano la diligenza" di ogni provvedimento di spesa), dall'altro vi sono alcune novità importanti. Cerchiamo di analizzarle sia pur brevemente. Innanzi tutto per la prima volta nella storia repubblicana un Governo ha elaborato un provvedimento normativo che disciplini l'attività di rappresentanza degli interessi (il cosiddetto Disegno di legge Santagata, dal nome del Ministro proponente). Certamente il testo presenta notevoli lacune, imprecisioni, ma deve essere apprezzato lo sforzo del legislatore per comprendere il fenomeno del lobbying e farlo emergere dal cono di ombra che lo ha sempre avvolto.

Tra le finalità indicate nella relazione illustrativa infatti vi è quella di introdurre disposizioni che riconoscano il più ampio diritto a svolgere l'attività di rappresentanza degli interessi particolari, allo scopo di rendere il circuito istituzionale più informato, più recettivo e attento alle richieste che provengono dalla società civile di cui le lobbies sono espressione.

Purtroppo, anche questo disegno di legge rischia di rimanere un esercizio normativo privo di effetti: l'attuale legislatura non appare certo la più indicata per riformare gli assetti politici e istituzionali, al cui interno il tema del lobbying è



A lato, Furio Garbagnati, Presidente Assorel, l'Associazione delle agenzie di comunicazione. Sotto, Fabio Bistoncini, socio Assorel esperto di lobbying e fondatore di Fb comunicazione



della rappresentanza degli interessi dovrebbe essere inserito. Un vero peccato anche perchè in Italia questo tema sta diventando sempre più attuale.

Il "mercato del lobbying", inteso come richiesta di competenze specifiche in questo genere di attività,

sta crescendo in modo costante. Le organizzazioni complesse (aziende, ong, associazioni) sono alla ricerca di figure professionali da inserire nel loro organico o strutture consulenziali in grado di soddisfare le loro esigenze.

Non, solo ma stiamo assistendo anche a un moltiplicarsi di nuove aggregazioni, nuovi gruppi di interesse che chiedono ascolto al decisore pubblico e che utilizzano schemi e strumenti tipici del lobbying.

Il processo di disintermediazione della nostra società sta facendo vivere alla nostra professione una nuova "primavera" soprattutto (ri)focalizzando la sua vera funzione: quella di supporto e ausilio di qualsiasi decisione pubblica all'interno del processo democratico.

Fabio Bistoncini