

Le lobby italiane? Sgueo, "se ben organizzate migliorano la competitività del Paese"

Il libro del docente dell'Università della Tuscia illustra le virtù di un'attività, spesso denigrata, suggerendo regole per farla funzionare in modo efficiente e trasparente. "Serve una legge - dice - che disciplini le modalità di accesso alla categoria"

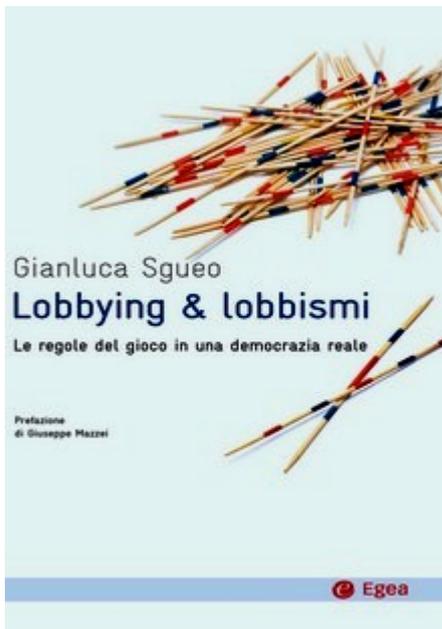


Fonte: Immagine dal web

Le cronache degli ultimi anni in Italia, il caso Bisignani, ultimo in ordine di tempo, e l'opposizione alle proposte di liberalizzazioni avanzate dal governo Monti, hanno rafforzato le connotazioni negative associate alle lobby, viste come raggruppamenti di affaristi, difensori di caste e faccendieri. Nel suo volume 'Lobbying & lobbismi. Le regole del gioco in una democrazia reale' Gianluca Sgueo, giornalista e docente presso l'Università degli Studi della Tuscia mostra, invece, un concetto inverso, ossia come fare lobbying può essere un'attività trasparente e regolamentata con un ruolo fondamentale per il buon funzionamento della democrazia e dell'economia, disegnando le linee guida per favorire in Italia una crescita culturale nei confronti del lobbying e instaurare un sistema efficace e funzionale.

In Italia, sostiene nella prefazione del volume Giuseppe Mazzei, direttore dei Rapporti istituzionali del Gruppo Allianz, permane "la congiura dell'ignoranza, dove la parola lobby è usata quasi sempre a sproposito come sinonimo di attività illecite o traffici immorali. Mentre invece il lobbismo corretto e ben regolamentato è un elemento cruciale per migliorare la competitività del sistema imprenditoriale e in genere del sistema democratico". Così nel suo libro Sgueo illustra in maniera vivace e dettagliata la funzione dei lobbisti in una democrazia contemporanea,

funzione che fa parte del meccanismo che favorisce una democrazia partecipativa in cui viene incentivato il coinvolgimento dei cittadini nell'assunzione delle decisioni.



Il fenomeno viene delineato e fotografato con esempi tratti sovente dal mondo anglosassone, illustrando i benefici ma anche i problemi senza timore di sottolineare aspetti e esempi negativi. Benefici che in termini di ritorno economico sono stati valutati dalla University of Kansas in uno studio che ha preso in considerazione un'attività di lobbying di 300 milioni di dollari che ha avuto un ritorno di 220 volte il capitale investito. Sgueo ripercorre con interviste e resoconti il ruolo delle lobby nelle campagne elettorali e nei processi democratici negli USA e Gran Bretagna, trovando in Italia pochi casi positivi da illustrare, come i risultati ottenuti dalla regolazione sul lobbying predisposta dalle Regioni.

La categoria in Italia attraversa infatti una profonda crisi di legittimazione, con le lobby dipinte come centri di potere finalizzati a raggiungere scopi non leciti o non negli interessi dei cittadini. Una crisi aggravata dalla mancanza di una regolamentazione organica, dall'assenza di un regime di trasparenza, dalla delegittimazione della politica e dei partiti e dalla mancanza di rappresentazione degli interessi del tessuto imprenditoriale prevalente, quello delle Pmi. Gli imprenditori, soprattutto quelli più piccoli, non si sentono rappresentati dalle associazioni tradizionali e scalpitano per avere più peso. Un sistema incompiuto che, secondo l'autore, è specchio "dell'incompletezza di un intero sistema decisionale, di una 'democrazia incompiuta'. Regolare coerentemente il lobbying significa dare alla nostra democrazia maggiore spessore, riconoscendo alla società civile il libero esercizio di iniziativa e, superando definitivamente il mito dell'interesse pubblico, ponendo il decisore a livello dei cittadini o delle imprese portatori di interessi".

Sgueo entra poi in dettaglio sull'insieme di norme e approcci che va introdotto per dare al lobbying la sua giusta collocazione e dignità in Italia. La positività del lobbying può esistere infatti solo a condizione di fare e osservare

regole. Ciò che serve in primo luogo, secondo Sgueo, è "una legge che disciplini le modalità di accesso alla categoria dei lobbisti, che ne definisca le modalità d'azione e la deontologia. Una definizione corretta del confine tra ciò che è lecito e non lecito fare nell'esercizio di pressione sul decisore pubblico è il problema più importante". Serve poi, secondo il docente, un investimento serio sulla formazione e selezione dei lobbisti con un sistema che prepari i futuri professionisti e che premi i più meritevoli. "L'ultimo passaggio - conclude Sgueo - potrebbe e (dovrebbe) essere l'integrazione 'ufficiale', e non più ufficiosa, delle pratiche di lobbying nel sistema democratico".

INFORMAZIONI

Titolo: 'Lobbying & lobbismi. Le regole del gioco in una democrazia reale'

Autore: Gianluca Sgueo

Editore: Egea

Anno: 2011

Pagine: 263

Prezzo: 24 euro