

il quotidiano della Bocconi

03/02/2012



Il valore del lobbying per la democrazia e la crescita dell'Italia

Spesso denigrata in Italia, nel suo libro Gianluca Sgueo illustra le virtù di un'attività lobbistica regolamentata e riconosciuta, suggerendo le regole per farla funzionare in modo efficiente e trasparente



Lobbying & lobbismi. Le regole del gioco in una democrazia reale
Egea 2011, 263 pagine

Gianluca Sgueo

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 (Egea 2011, 263 pagg., 24 euro)***, Gianluca Sgueo mostra invece 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.

Come sostiene infatti nella sua prefazione **Giuseppe Mazzei**, direttore dei Rapporti istituzionali del Gruppo Allianz, in Italia 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".

Nel volume infatti 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 così 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 Sgueo, 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 Sgueo, 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 potrebbe e (dovrebbe) essere l'integrazione 'ufficiale', e non più ufficiosa, delle pratiche di lobbying nel sistema democratico", conclude Sgueo.

Gianluca Sgueo, giornalista, è ricercatore presso il Center for Social Studies dell'Università di Coimbra, docente presso l'Università degli Studi della Tuscia e

direttore dell'Area Istituzioni di I-Com.

[Scarica la copertina online](#)

[Acquista il volume online](#)

Tomaso Eridani