

# Comunicare è strategia non «spreco»

**BEPPE FACCHETTI\***

Quando una legge-chiave come quella sulla manovra economica nasce sulla spinta di una emergenza mondiale e viene approvata con un voto di fiducia, difficile che possa essere attenta a tutti gli effetti collaterali. Il *fine tuning* mal si concilia con la scure.

Caratterizzato da suggestioni mediatiche che spostano l'attenzione in chiave populistica (gli sprechi, la riduzione delle prebende, il taglio delle inutilità), il decreto Tremonti soddisfa esigenze finanziarie, ma sacrifica talvolta efficienza e modernizzazione.

È questo il caso degli articoli del decreto che riguardano l'utilizzazione di consulenze e competenze esterne della Pubblica Amministrazione, con tagli a percentuale

che nessun operatore privato ha considerato prioritari, pur davanti alla stessa crisi.

In particolare, è la comunicazione al centro di questa scelta, mettendo nel mirino le spese in sponsorizzazioni, pubblicità, relazioni pubbliche.

Nel convulso dibattito emendativo sul quale è destinata a cadere la pietra tombale della votazione di fiducia, non è mai stato chiaro - per la verità - a quali tipi di spesa ci si riferisse davvero, e quale sia l'entità della spesa attuale da cassare, dall'80 al 100% di un valore che nessuno ha determinato con esattezza.

Nulla quaestio, comunque, se si tratta di cancellare il finanziamento clientelare di ciò che è effimero (ma porta voti: dai fuochi d'artificio alla sagra rionale). Qui si è spesso esagerato, dando soldi pubblici persino al grottesco.

Ma è impensabile che, dovendo oggi tagliare il budget pubblico si tagli ciò che qualsiasi impresa considera, pur a fatica, indispensabile.

**Nella pioggia di tagli inutili spiccano soprattutto le consulenze della Pa in relazioni pubbliche**

Il Pirellone, sede della Regione Lombardia



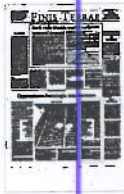
le. È ben noto che le spese di pubblicità e relazioni pubbliche sono più, e non meno, necessarie quando il mercato non tira.

Il Presidente dell'Autorità sull'Energia, Sandro Ortis, ha detto meritoriamente nei giorni scorsi che non può fare a meno di campagne di relazioni pubbliche se deve far conoscere innovazioni (ha citato la tariffa bioraria) che sono di interesse generale.

E, per restare nell'energia, quando mai si

potrà far ripartire il nucleare in Italia, se non vi saranno campagne idonee di consenso anti-Nimby?

Dunque quello che ci auguriamo, non solo lobbisticamente per il nostro settore, ma per un Paese più moderno, è che sia consentito alla PA di attingere all'enorme patrimonio di conoscenza, creatività e competenza della consulenza. Non è per caso che la più grossa Confederazione di Confindustria sia quella



delle aziende di servizio alla produzione, per i privati, e all'efficienza degli Enti pubblici, per la PA. Il secondario ha bisogno di terziario!

Non ci resta dunque che sperare che sia ben compreso ciò che Assorel, per quanto riguarda la comunicazione, e Assoconsult più in generale, hanno sostenuto nel corso della difficile interlocuzione con Parlamento e Governo.

E ciò che è giusto tagliare quando sono evidenti i rischi di spreco, ma occorre efficienza e capacità di analisi quando si tratta di investire (e a questo proposito è positivo che il Ministro Brunetta abbia condiviso l'idea di consultare tramite Consip gli esperti delle nostre categorie per fare le scelte sulla spesa da sopprimere).

**Ma attenzione  
al clientelismo  
Si evitino le  
discrezionalità  
e si affidi  
la selezione a  
gare fondate su  
professionalità**

La nostra proposta è dunque ancora quella di non prevedere tagli per quanto riguarda tutto ciò che la PA farà, da un lato indicando gare basate su procedure concorrenziali, e dall'altro per dare esecuzione a precise norme di

legge.

Se non si vuole la discrezionalità come degenerazione del clientelismo, ricorriamo allora alla maestà della legge e all'obiettività della gara per decidere come investire in comunicazione, e più in generale in competenze esterne.

Si deciderà così caso per caso, a seconda della reale importanza, sulla base di esigenze e principi condivisi.

Si dirà che per far questo non è necessaria una esplicitazione nella legge sulla manovra, ed è giusto. Purché le volontà siano chiare, senza furbizie, e si facciano con lungimiranza gli investimenti in comunicazione e consulenza che un Paese moderno non può trascurare.

*\*Presidente Assorel*