

LE LOB BIS TTE

Il loro lavoro è influenzare la politica. Un'arte dove le donne riescono meglio e sono in ascesa. Le abbiamo raccolte insieme per la prima volta e messe in posa sotto un quadro di Lenin. Hanno accettato volentieri: «In ogni caso era un leader». Che oggi avrebbe bisogno dei loro consigli

DI ALESSANDRA DI PIETRO - FOTO DI DAVIDE MONTELEONE



CONTRASTO

Al centro: Laura Lombardi, Giovanna Sili, Anna Maria Pochini, Ylenia Polifino, Maria Mastella, Manuela Indraccato (seduta), Silvia Martani.

DIETRO LE QUINTE

Le lobbyiste italiane ritengono che il loro mestiere abbia diritto ad una nuova e migliore reputazione. I tempi sono cambiati da quando i lobbyisti erano oscuri figure, maschi spesso attempati dai nomi senza importanza, che stazionavano nell'anticamera (in inglese "lobby") dei luoghi di potere per perorare la causa di una fabbrica d'armi, una banca, un'assicurazione. Ora, invece, in molti Paesi esistono albi professionali, anche in Italia cresce il numero di società di lobbying e pubbliche affairs con sedi eleganti, siti e biglietti da visita che dichiarano orgogliosi di rappresentare gli interessi privati dei loro clienti presso le istituzioni che decidono leggi e regolamenti. Le donne riescono benissimo in quest'attività, almeno a giudicare dalla fitta presenza di ragazze e signore con curricula eccellenti che lavorano nelle società e/o dirigono nelle aziende gli uffici di relazioni esterne, comunicazione, rapporti istituzionali, nomi diversi per definire ruoli di lobbying.

Il fascino le aiuta e loro lo sanno, ma quando diventa un intralcio risolvono la questione in maniera rapida e assertiva. Se, durante un incontro di lavoro, un signore vaga con lo sguardo sulla sua scollatura, Ylenia Politano, 32 anni, di Reti Media Affairs, lo riprende sorridendo: «Ehi, deve guardarmi in faccia,

SILVIA MARIANI



ANNA MARIA PADULA

un po' più su, non lo». Silvia Mariani, toscana, amministratore delegato di Openup consulting, alta un metro e settantacinque senza tacchi, ride dei maschi: «Incuto timore, lo so, nessuno si è mai permesso di fare l'imbecille». Giovanna Salza, responsabile delle Relazioni istituzionali della compagnia aerea Air One, per evitare grane non indossa mai una gonna. **Le ragazze che fanno lobbying sono scelte per la loro intraprendenza ma anche per la loro grazia**, e quindi hanno la capacità di giocare su due tavoli, tengono al loro posto gli uomini con la competenza, redigono papers di orientamento inappuntabili, ne sanno sempre un po' di più del cliente e del decision maker, talvolta anche del loro capo. Una necessità imposta da un ambiente parecchio maschilista, però alla fine si trasforma in vantaggio. Manuela Indraccolo, per esempio, ha trovato i suoi impieghi rispondendo agli annunci sui quotidiani - «Mai una raccomandazione»

CONTRASTO

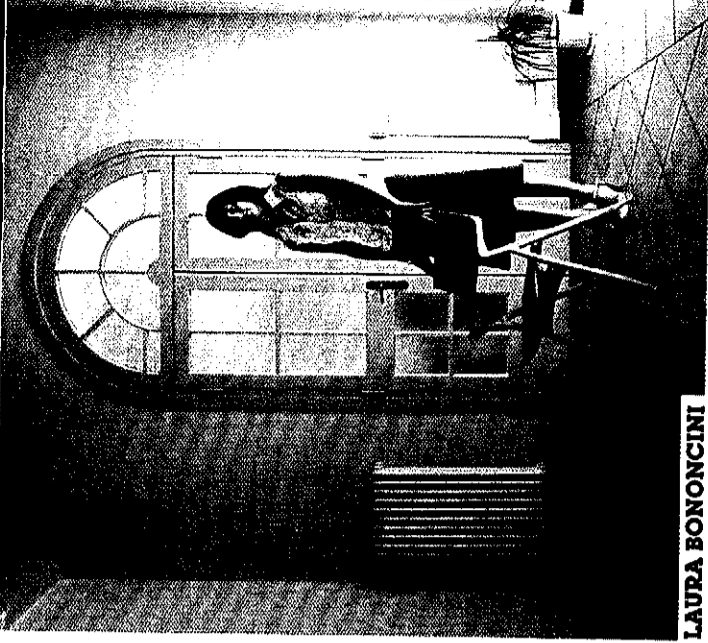
- e non ci ha pensato un attimo a lasciare Firenze e un ottimo lavoro per seguire il suo amore a Roma, dove adesso fa la lobbyista a Reti

Queste tostissime ragazze che maneggiano le cause di interessi milionari hanno stipendi normali e lavorano anche 14 ore al giorno. **In una società di lobbying si parte da 1.200 euro netti al mese, ma la carriera è veloce e una lobbyista affermata guadagna anche 200mila euro all'anno.** Chi comincia dal basso tiene aggiornate le schede di ministri e deputati, conosce ogni loro iniziativa legislativa ma non si fa sfuggire la passione per il golf o per le opere d'arte, perché ogni particolare è utile per intrattenere cordiali e fruttuose relazioni. E poi non solo segue le proposte di legge e ingarbugliato iter ma alla sera, eventualmente, la lobbyista modello ha pronto l'abito giusto per accompagnare il cliente al vernissage e/o conversare con il funzionario indispensabile. Il turn over è rapido,

Si comincia schedando ministri e deputati, le loro iniziative, ma anche i loro hobby

salire in grado è alla portata anche delle più giovani. Così Claudia Pomposo a soli 26 anni è responsabile del settore Energia e Ambiente della Cattaneo Zanetto & Co, unica donna in un team di sette maschi, esperta di

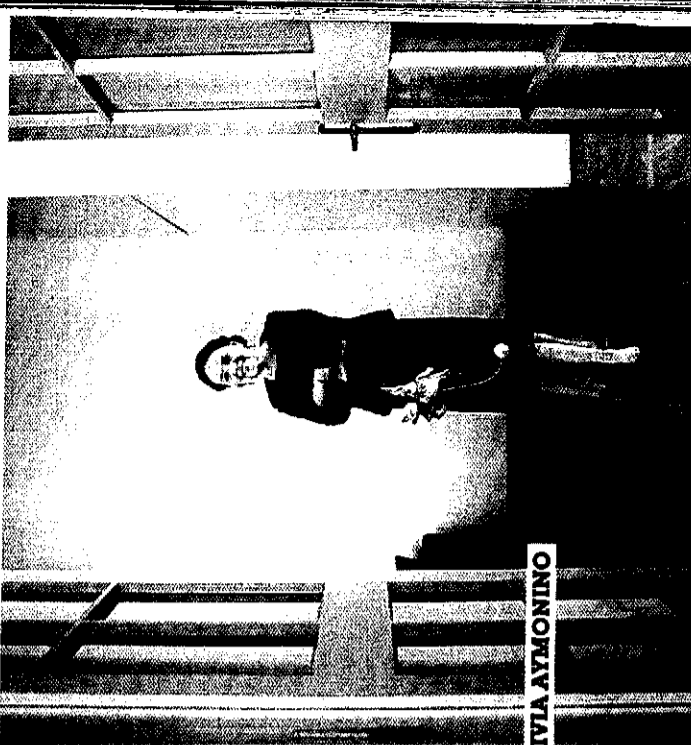
legislazioni complicatissime, distilla sorrisi stando «bene attenta» a evitare che il suo ruolo di «professionista che fa network» scivoli in quello di «un equivoco personaggio». **Le lobbyiste si danno un'etica, e la difendono anche a spese degli affari.** Silvia Mariani non accetta clienti che chiedono «mediazione sui valori per me importanti» ed è orgogliosa della sua lobbying a favore di una campagna internazionale contro le mine antiuomo. Marzia Masiello, che cura le Relazioni istituzionali per l'Associazione Amici del bambino, spiega così il suo mestiere alle creature degli orfanotrofi italiani e stranieri con cui ha passato molti anni da volontaria: «Mi impegno a trovarvi una mamma e un papà», ma la mitezza sparisce quando deve affermare le sue ragioni nei posti deputati. Laura Bononcini, Ufficio Governance di Reti, 24 anni, cinque lingue, all'inizio assecondava la sua timidezza, provava i discorsi da sola, ma dai primi incontri ha capito che, in fondo, anche i più potenti →



LAURA BONONCINI

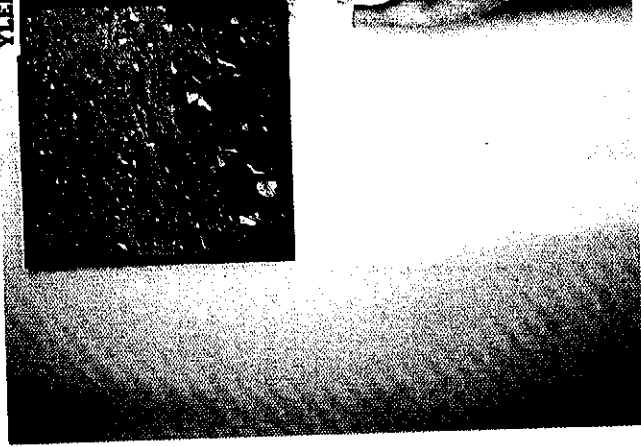


MANUELA INDRACCOLO

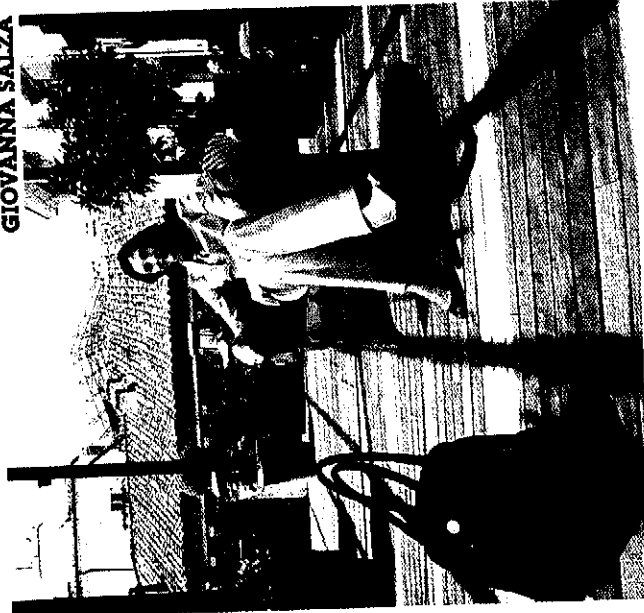


LIVIA AYMONINO

DIETRO LE QUINTE



YLENIA POLITANO



GIOVANNA SALZA

COME SI FA

A Washington si contano 35 mila lobbisti con l'obbligo di registrarsi, dichiarare il reddito, i clienti e i politici che incontrano.

A Bruxelles sono in 15 mila a premere su decisioni legislative e di spesa delle istituzioni. In Italia le società più note sono Reti, Fb comunicazione, Barabino&Partners, Cattaneo Zamelto&Co, Pms, Normos, Public Affaire (partner Edelman), Open Gate Italia. Lavorano per aziende pubbliche e private, ordini professionali, associazioni di produttori e consumatori. L'accesso dei gruppi di pressione ai luoghi decisionali è

disciplinato con leggi in Canada, Israele, Germania, Svizzera, Austria; Francia e Inghilterra si affidano ai codici di deontologia professionale. In Italia non esiste una regolamentazione (si stima che i lobbisti siano tra i 1000 e 1200).

Ecco un caso di lobbying. Lo scorso anno il governo approva un disegno di legge sull'editoria che potrebbe obbligare anche gli autori di un blog alla registrazione in Tribunale. Reti informa gli operatori di Internet ed elabora una strategia difensiva per loro conto. I lobbisti incontrano esponenti dell'esecutivo e parlamentari, creano un movimento di opinione sul web e sui giornali. Alla fine il disegno di legge non è presentato in Parlamento.

«sono solo persone normales», ora usa romantiche camicie e sorride un po' di più. Giovanna Salza, la ragazza che non usa la gonna, ma porta sensuali scarpe rosse e fa l'attrice di teatro («in scena tutte le sere per una settimana al mese»), ha imparato a confrontarsi con i top manager a vent'anni, non si lascia intimidire, e così ha persuaso i vertici di Air One a «puntare su Lombardia». Ha avuto ragione, il risultato la fa felice e la impegna, dunque può concedersi all'intervista, ma non oltre dieci minuti, poi fugge - «Ho un pranzo con l'Assessor» - lasciandosi dietro un intenso profumo di fico («scoperto in Olanda»).

Anna Maria Padula, ex collaboratrice di Raul Gardini, esperienze di alta gamma, dalle relazioni esterne dell'American's Cup alla comunicazione della Winterthur-Credit Swiss e Telepiù Canal Plus, la segue con uno sguardo compiaciuto e affettuoso.

Oggi Anna Maria è responsabile del Project Management di Reti, un ufficio che entra in campo quando la società gestisce un affare complesso. **La signora lo smonta, organizza ogni fase, stabilisce i tempi e li fa rispettare, tiene il contatto con il cliente, decide se e come intervengono altri fornitori di servizi.** Padula veste classici tailleur con catene di Chanel, usa le ballerine piatte ma in un cassetto tiene i tacchi

alti, gestisce il lavoro e due case, ha un marito, due figli e sa sempre che cosa accade anche al suo amato cane. Con Livio Aymonino, signora di grande esperienza e partner di Reti Media Affairs, ha creato un gruppo informale di donne oltre i 40 anni che sostiene l'ascesa professionale delle giovani, mettendo da parte la competizione: «Per fare sistema, darci fiducia reciprocamente, imparare a crederci, essere competitive». I lobbisti maschili sono avvisati.

MARZIA MASELLO

