

Mario Albertini

# Tutti gli scritti

VII. 1976-1978

a cura di Nicoletta Mosconi

Società editrice il Mulino

# L'idea-base della campagna

## *Gli aspetti politici*

In Italia i cittadini favorevoli all'unità europea sono quasi l'ottanta per cento. Molti fra questi cittadini sono disposti a fare qualcosa per l'Europa, ed hanno ormai la possibilità di fare qualcosa di molto efficace se convergono in numero sufficiente su obiettivi adeguati perché, avendo ottenuto il diritto di voto europeo, sono in grado di esercitare una pressione concreta sui partiti. Per far pensare in modo ottimale sulla bilancia del potere questa disponibilità europea dei cittadini si tratta dunque di ottenere, registrare e far valere l'accordo di molti fra loro su alcuni obiettivi che siano: a) tali da far avanzare la costruzione dell'Europa e da darle la capacità di agire per risolvere i problemi che assillano la nostra società, b) tali da impedire risposte evasive, per mettere alla prova i partiti, c) tali da superare con chiarezza l'esame circa la questione se sono realizzabili, allo scopo di non consentire rifiuti con il pretesto della impossibilità senza mettere allo scoperto il rifiuto dell'Europa, d) e quindi tali da obbligare ad una seria riflessione gli amici dell'Europa. Va anche osservato che centrando la campagna su obiettivi di questo genere, che riguardano non solo la competizione elettorale ma anche l'attività dei partiti nel primo Parlamento eletto, si possono unificare queste due fasi, tenere i partiti sotto il controllo dell'opinione pubblica e ottenere sempre nuove adesioni a mano a mano che giungono sul tappeto le scelte europee.

Il momento è favorevole per una azione di questo tipo perché è possibile battersi per obiettivi europei di grande portata. È un fatto che se si aggiunge al voto europeo la moneta europea si tocca il punto di non ritorno sulla via dell'unità europea, con ciò che ne segue in termini di volontà politica e capacità d'azione. È un fatto, secondo il Rapporto MacDougall, che per sostenere l'unione mo-

netaria in una prima fase basta una spesa pubblica europea corrispondente a circa il 2-2,5% del prodotto interno lordo europeo (dunque una spesa addizionale dell'1% perché la Comunità spende già più dello 0,7% e il resto potrebbe essere ottenuto con trasferimenti di spesa dalle nazioni all'Europa). Ed è un fatto che la politica per sostenere l'unione monetaria coincide con la politica che la Comunità dovrebbe fare per contribuire alla soluzione dei problemi che assillano le nostre società (secondo il Rapporto MacDougall con una spesa del 2-2,5% sarebbe possibile ottenere una correzione di circa il 10% della diseguaglianza dei redditi, un livellamento pari al 65% della capacità fiscale dei paesi più poveri rispetto alla media europea, una politica regionale significativa e schemi di intervento per impedire che la convergenza tra i paesi membri venga resa impossibile da problemi ciclici acuti. Sarebbe inoltre possibile dar vita al Fondo europeo per l'occupazione proposto dal Rapporto Marjolin; e va osservato, naturalmente, che tutto ciò basterebbe per promuovere finalmente la coordinazione europea delle politiche economiche nazionali, cioè un risultato non solo immensamente benefico ma anche di portata storica).

Si tratta dunque di ottenere il consenso dei cittadini su questi due obiettivi, chiarendo che si tratta di mezzi indispensabili per ottenere gli scopi sopra descritti (ad esempio così: la moneta europea per raggiungere il punto di non ritorno sulla via dell'unità europea e dare un significato concreto al voto europeo, una spesa pubblica europea pari al 2,5% del prodotto europeo per una politica europea dell'occupazione, della riconversione industriale, del superamento degli squilibri regionali e per la coordinazione europea delle politiche economiche nazionali). Con opuscoli e volantini si potrà chiarire ulteriormente quale sia la posta in gioco per l'Italia, per l'Europa e per il mondo, ma sempre insistendo sul fatto che se si vogliono i fini si devono volere i mezzi; e che i mezzi, per quanto riguarda gli scopi europei in questione, sono, dopo il voto europeo, la moneta europea ed una spesa pubblica europea non inferiore al 2,5% del prodotto europeo.

### *Ipotesi organizzative*

Le adesioni potrebbero essere raccolte alla fine di ogni manifestazione, dibattito ecc. del Movimento europeo e delle organiz-

zazioni aderenti, con indubbio beneficio per queste manifestazioni, che non resterebbero fine a sé stesse, ma diventerebbero cumulative ed operative ai fini della campagna. Si potrebbero poi organizzare raccolte pubbliche anche all'aperto, come quelle fatte in passato dal Mfe, con la collaborazione del Movimento europeo (Consigli provinciali per l'Europa), dei Comuni d'Europa e dell'Aede. Si potrebbe inoltre promuovere la raccolta di adesioni mediante trattative con gruppi, cioè organizzazioni di vario genere (associazioni culturali, femminili, giovanili, Rotary, Lyons ecc.) senza escludere naturalmente le sezioni locali dei partiti e dei sindacati, consigli di quartiere, la scuola media superiore, l'università ecc.

Va osservato che, introducendo nella presente situazione degli Stati e della Comunità il fatto politico costituito da una campagna di questo genere, che dà praticamente una forma visibile all'idea dell'alternativa europea, non si può escludere, anche se non si può programmare, un risultato che vada molto al di là di quanto si può inizialmente prevedere in termini sia di numero di adesioni, sia di forza di richiamo delle manifestazioni, sia di adesione di grandi personalità, che verrebbero così sollecitate ad impegnarsi. Va anche tenuto presente che, entro un arco di possibilità che vanno da un minimo ad un massimo, la campagna costituisce certamente un mezzo per costruire notizie europee, e per ottenere un maggior impegno europeo della stampa, della radio e della televisione.

La varietà delle forme di raccolta delle adesioni dovrebbe essere unificata dando un nome alla campagna. Essa dovrebbe, in ogni caso, essere del Movimento europeo; ma per riconoscere il lavoro svolto dalle organizzazioni e decentrare al massimo l'azione, si potrebbe usare, dopo la dizione: «Campagna del Movimento europeo...», quella: «Carta di adesione rilasciata da...». Va tenuto presente che il nome della campagna, e le frasi che possono accompagnare sulla carta di adesione la descrizione degli obiettivi, sono molto importanti sia sotto il profilo della pressione sui mezzi di informazione (un nome di richiamo – ad esempio la menzione di «un milione di aderenti per l'Europa» – attirerebbe l'attenzione ecc., anche ai fini del lancio, del rafforzamento e dell'autoalimentazione della campagna), sia perché avrebbe un rilievo politico documentare che un gran numero di italiani conosce la verità storica sull'Italia e sull'Europa (a ciò si giungerebbe pubblicando all'interno della carta di adesione il testo di

Luigi Einaudi a p. 89 dello *Scrittorio del Presidente* che comincia con «Gli Stati esistenti sono polvere senza sostanza...»).

La campagna in senso stretto (raccolta delle adesioni) dovrebbe essere autofinanziata, anche per dare maggior valore politico alle adesioni e maggiore capacità al Movimento europeo di farne valere il peso (con ciò non si esclude che, in accordo con il Movimento europeo, dei terzi organizzino a proprie spese manifestazioni a favore della campagna, né che il Movimento europeo e le organizzazioni aderenti sostengano l'attività dei militanti ecc.). Ciò richiede che l'adesione comporti un versamento, che può andare da un minimo (il costo delle schede e della raccolta delle adesioni, probabilmente 500 lire) a quote più alte liberamente offerte. Per evitare la forma mercantile di un ricevuta, ma garantire egualmente il rigore della raccolta dei fondi, si potrebbero usare carte di diverso colore, chiarendo, nella propaganda scritta, che ad ogni colore corrisponde una quota (ad esempio 500, 1.000, 5.000, ecc.).

Con questi cenni l'argomento non è esaurito anche perché non tutto è prevedibile e organizzabile sin dall'inizio. Per sottolineare l'idea-forza della campagna conviene ancora osservare che quando fosse già stato ottenuto un numero consistente di adesioni agli obiettivi politici della campagna (e quindi anche una certa attenzione su queste idee) avrebbe grande importanza politica far eseguire uno o più grandi sondaggi di opinione per affiancare al numero degli aderenti (naturalmente limitato) il numero globale dei favorevoli alla creazione della moneta europea e ad una spesa pubblica europea non inferiore al 2,5% del prodotto europeo per dare un significato concreto al voto europeo. In questo modo, portando sul tappeto non l'idea generica dell'unità europea, che non comporta né impegni né scelte, ma l'idea precisa dei mezzi concreti e indispensabili per affermarla nella presente situazione economica e politica, si potrebbe esercitare una pressione non facile da eludere da parte delle forze politiche.

In «L'Unità europea», V n.s. (settembre 1978), n. 55. Documento diffuso come *Introduzione alla campagna «1.000.000 di adesioni per l'Europa»*. Il paragrafo sulle ipotesi organizzative è stato inviato ai membri del Bureau exécutif dell'Uef in data 24 luglio 1978, accompagnato dalla seguente lettera: «Cari amici, dopo il convegno del Movimento europeo a Roma e le decisioni relative alla campagna europea, vi faccio conoscere una proposta che ho inviato al Consiglio italiano del Movimento europeo, ma che, con qualche aggiustamento, potrebbe essere presa in considerazione anche per gli altri paesi».