



**L'Eni e il Terzo Mondo.
L'anticolonialismo di Enrico Mattei nelle
pagine de "Il Gatto Selvatico"**

ELEONORA BELLONI

Anno I, n. 2, dicembre 2014

ISSN.2284-0869



Abstract

Enrico Mattei's strategy of a national policy for energy in Italy, managed between fifteenth and sixteenth, reflected itself in a sort of "parallel foreign policy". It implied a different and new strategy for managing policy for energy in Italy, and especially oil; but also – at the level of foreign policy and international relations – an anticolonial perspective, extremely peculiar both in the national and international politics.

This article aims to propose a general but quite detailed overlook of this strategy, considering and analyzing the contribution given by "Il Gatto Selvatico" review: the ENI's review, founded in 1955, that proposed a sort of anticolonial parallel cultural politics putting out, for example, elements and development of African poetry and culture, generally unknown or considered within the limits of a sort of sub-culture.

Key words

Anti-colonialism, house organ, Enrico Mattei, Il Gatto Selvatico

L'idea di politica energetica nazionale portata avanti dal presidente dell'Eni Enrico Mattei a cavallo tra anni Cinquanta e anni Sessanta del Novecento finì per riflettersi in una sorta di "politica estera parallela" che sottointendeva una riorganizzazione delle politiche petrolifere mondiali ma anche una visione anticolonialista che per le motivazioni da cui nasceva e su cui si reggeva tendeva a configurarsi come peculiare nel panorama nazionale ed internazionale. Il contributo ricostruisce questa particolare visione anticolonialista così come emerge dalle pagine de "Il Gatto Selvatico". Fondata nel 1955, la rivista aziendale dell'Eni non mancò, sebbene in un registro leggero e divulgativo, di affrontare le tematiche "estere" del gruppo aziendale, anche attraverso approcci per così dire indiretti, ad esempio riservando spazio alla letteratura e alla poesia africana, nell'intento di contribuire a diffondere anche in Italia una cultura che rimaneva per i più sconosciuta, o comunque relegata alla stregua di "sottocultura".

Parole chiave

Anticolonialismo, riviste aziendali, Enrico Mattei, Il Gatto Selvatico

1. Gli “house organ” come strumento di comunicazione aziendale

I giornali di fabbrica – o “house organ”, secondo la tipica accezione americana (ma in realtà in America si distingue tra “house organ”, inteso come giornale di fabbrica rivolto alle maestranze, e “company publication”, inteso come periodico che si proietta verso l'esterno) – nacquero negli Stati Uniti all'alba dell'Ottocento per poi diffondersi in Inghilterra e infine nel continente. Anche in Italia, in coincidenza con il decollo industriale, a cavallo tra XIX e XX secolo, si sperimentarono i primi tentativi di stampa aziendale, poi perfezionati in età fascista.

Non è un caso che, tra i primi esempi di riviste aziendali in Italia, si debba citare la “Rivista Fiat”, che iniziava le sue pubblicazioni nel 1913, per poi interromperle nel 1915 e riprenderle nel 1923. Nel momento in cui si accingeva a divenire uno dei pilastri del mondo produttivo italiano, la grande industria torinese mostrava di aver compreso con lungimiranza l'importanza di uno strumento come il periodico aziendale a fini commerciali e insieme propagandistici¹. Quello delle riviste Fiat rimase tuttavia un caso abbastanza isolato nel panorama delle strategie aziendali della prima metà del Novecento, e ricalcava del resto l'unicità ed in qualche modo anche la “modernità” dell'industria torinese.

Bisogna attendere il secondo dopoguerra per assistere anche in Italia ad un vero e proprio boom del fenomeno delle riviste aziendali, quasi assurte a strumento di sostegno della difficile opera di ricostruzione industriale. Nel 1957, alla vigilia dell'anno che avrebbe segnato per il paese – nella periodizzazione ormai storiograficamente riconosciuta – l'inizio del suo “miracolo economico”, uno studio di Piero Arnaldi su *La stampa aziendale* riusciva a censire ben 100 testate aziendali².

Un fenomeno che si può in parte ricondurre alla più generale “americanizzazione” del sistema produttivo nazionale. Se infatti all'estero, ed in particolare oltreoceano, già esisteva una tradizione importante di *public relations* all'interno delle aziende (basti pensare alle

¹ Cfr. D. TONGIORGI, *Scrittori e industria: l'immagine della fabbrica nelle riviste aziendali (1913-1957)*, in *Scritture di fabbrica. Dal vocabolario alla società*, a cura di C. Ossola, Torino, Scriptorium, 1994, pp. 385-511.

² P. ARNALDI, *La stampa aziendale*, Milano, Angeli, 1957.

teorie di Lippmann dei primi anni Venti), in Italia solamente nel secondo dopoguerra le aziende sembrarono sviluppare una sensibilità ai temi delle relazioni esterne. Spesso le *public relations* erano tuttavia affidate agli uffici studi delle imprese, in una fase in cui ancora mancava una vera e propria istituzionalizzazione delle pubbliche relazioni. Tutto ciò appare in gran parte riconducibile ad una peculiarità del sistema industriale italiano che, basato su di una forte interconnessione tra industria, banca e Stato, non aveva per molto tempo avvertito l'esigenza di relazionarsi con il mondo esterno, potendo contare fin da subito su canali di pressione diretta sia sul mondo politico-finanziario, che su quello della stampa³.

E questo ci porta velocemente all'Eni. Non è infatti un caso che le prime industrie ad aprirsi al modello americano di *public relations* siano state le multinazionali, o le imprese che, dovendo operare sui mercati internazionali, erano portate ad aprirsi a rinnovamenti di carattere manageriale (l'Eni era una di queste), o, ancora, le imprese, come la Olivetti o ancora l'Eni che, portatrici di una specifica visione della società industriale, avevano bisogno di comunicare all'esterno tale visione. Sarà poi l'evoluzione dei mercati indotta dal miracolo economico a favorire infine una istituzionalizzazione delle *public relations* anche in Italia.

L'ipotesi che stava dietro al progetto delle riviste aziendali ("Comunità", "Pirelli", "Civiltà delle macchine" per citare alcune delle più note) era quella di dimostrare che cultura e industria potevano convivere, ed anzi collaborare a proporre un'immagine "umanizzata" della fabbrica in alternativa a quella "demonizzata", ancora prevalente nel secondo dopoguerra. L'idea che ne emergeva era quella di una sorta di neocapitalismo illuminato, che doveva fare da traino alla ricostruzione, e poi al consolidamento dell'industria italiana uscita dal conflitto. Spesso diretti da personalità di spicco del panorama intellettuale – chiamate a collaborare con le grandi imprese per rendere sempre più funzionali le relazioni umane al fine di potenziare la produzione, ma anche di divulgare un'immagine positiva e rassicurante della fabbrica, incanalando

³ Cfr. F. LAVISTA, *Fra analisi e propaganda: uffici studi e relazioni pubbliche nella seconda metà del Novecento*, in *Comunicare l'impresa*, a cura di G. Bigatti e C. Vinti, Milano, Guerini e Associati, 2010, pp. 29-67.

i timori legati alle rapide trasformazioni tecnologiche – gli “house organ” si presentano come qualcosa di più, e di diverso, da semplici testate di fabbrica rivolte alle maestranze, aprendosi ad un pubblico esterno all’azienda.

Le riviste si caratterizzarono spesso per un approccio multidisciplinare, in cui convivevano letterati e giornalisti, uomini d’impresa e “tecnici” (architetti, esperti di design), in un tentativo di conciliare progresso e tradizione. Più che informare, le nuove riviste proponevano di formare i nuovi gruppi dirigenti: da qui l’attenzione spesso rivolta al problema della scuola e dell’istruzione. Le riviste riuscirono in tal modo a conciliare l’intento pratico, promozionale, “di marketing”, con quello di puro intrattenimento, rivolgendosi ad un pubblico eterogeneo, che non era solamente quello di fabbrica (come nel caso dei notiziari interni), ma non era neppure solamente il pubblico esterno (come nel caso di iniziative a carattere esclusivamente politico-culturale sull’esempio di “Comunità”); perciò non mancavano mai di presentare una parte dedicata ai fatti aziendali, a scopo celebrativo ed insieme promozionale, mentre il ruolo del letterato, dell’umanista, rimaneva spesso defilato, limitandosi a fare da mediatore tra le due culture.

2. L’Eni e “Il Gatto Selvatico” (1955-1964)

La rivista aziendale “Il Gatto Selvatico” venne fondata nel luglio del 1955 per diretta volontà di Enrico Mattei, con lo scopo di “servire da ideale punto di incontro per tutti coloro che fanno parte della grande famiglia del gruppo Eni”⁴. La direzione della rivista fu affidata ad Attilio Bertolucci, poeta, insegnante, amico di Pasolini.

Lo stesso Bertolucci avrebbe ricordato qualche anno più tardi il primo incontro con Mattei per progettare l’idea della rivista:

... ricordo benissimo l’incontro con Enrico Mattei, in via del Tritone dove allora c’era la sede dell’Agip. Si è cominciato a

⁴ *Saluto augurale alla rivista di Enrico Mattei*, in “Il Gatto Selvatico”, a. I, n. 1, luglio 1955, p. 3.

parlare dell'impostazione, di come si doveva fare. C'erano dei precedenti. Io mi ero un po' informato e avevo portato, proprio come esempio da non seguire, quello che faceva una grande compagnia petrolifera, la quale realizzava una rivista molto elegante con tre o quattro pezzi complessivamente che parlavano di tutto fuor che di petrolio, valida per le pubbliche relazioni oppure da portare in salotto, destinata alla gente esterna al gruppo. Era destinata soprattutto, non so, ai politici, per quello che sono le pubbliche relazioni. La stessa società faceva un bollettino non illustrato, piuttosto misero, squallido che, invece, andava diffuso ampiamente a tutti i lavoratori, agli impiegati e agli operai. "No!" - Mattei è stato molto preciso - "Il giornale che faremo noi deve essere lo stesso, democraticamente possibile, cioè leggibile, dal Presidente della Repubblica al più lontano dei nostri perforatori, anche fuori d'Italia"⁵.

"Gatto selvatico" era la traduzione del termine inglese *wildcat* con cui venivano indicati il pozzo esplorativo e, per metonimia, i ricercatori di petrolio⁶.

La creazione della rivista aziendale rientrava in una più generale strategia di comunicazione intrapresa da Mattei fin dai tempi dell'Agip, nell'immediato dopoguerra, e poi soprattutto a partire dal 1952 - nell'imminenza dell'approvazione della legge sull'istituzione dell'Eni e in coincidenza con l'inizio dello sfruttamento del giacimento di Cortemaggiore - e in cui rientravano la ricerca di un marchio identificativo (nello stesso 1952 venne adottato, in seguito ad un concorso, il marchio del cane a sei zampe destinato a segnare la lunga storia dell'Eni), il rinnovo degli impianti di rifornimento sempre a partire dal 1952, la creazione di un moderno Servizio studi (1957) affidato alla direzione di Giorgio Fuà.

⁵ Si tratta di un'intervista del 1989 riportata recentemente da "Il Sole 24 Ore". Cfr. A. BERTOLUCCI, *Così ho addomesticato il Gatto*, in "Il Sole 24 Ore", 4 settembre 2011 (Dall'Archivio Storico Eni, 28 gennaio 1989).

⁶ Cfr. P. DI STEFANO, *Prefazione*, in *Viaggio in Italia. Un ritratto del paese nei racconti del "Gatto Selvatico" (1955-1964)*, Milano, Rizzoli, 2011, pp. 7-27.

Erano del resto alcune caratteristiche proprie dell'industria petrolifera a renderla tradizionalmente sensibile ai temi della comunicazione, dovendo più di altre rafforzare la propria immagine pubblica sia nei confronti degli interlocutori esterni (la necessità di grandi investimenti anticipati e quella di ottenere concessioni per l'utilizzo di risorse demaniali, nonché la dimensione multinazionale la rendevano particolarmente legata agli orientamenti della classe politica e dell'opinione pubblica) che di quelli interni (la necessità di conoscenze specialistiche e le difficili condizioni di lavoro rendevano necessaria una continua azione di legittimazione interna)⁷.

L'obiettivo del mensile doveva essere quello di "cementare intorno all'Eni, nel momento espansivo, uomini e famiglie, cui si dovevano dare orgoglio e il senso di un'identità e di un'appartenenza". Nell'intento di mantenere l'"equilibrio perfetto tra prettamente aziendale e variamente divulgativo" la rivista unì alle rubriche culturali (arte, cinema, teatro, letteratura, scienza, tecnologia) servizi di attualità, una rubrica sui palinsesti Rai, articoli leggeri (costume, moda, sport, gossip) e altri di carattere pratico, istruzioni per la vita quotidiana. Alla rivista collaborarono nomi noti ma anche giovani emergenti destinati poi a fare carriera nei grandi quotidiani e settimanali nazionali, oltre a firme importanti della narrativa contemporanea. Solo per fare alcuni nomi: Anna Banti, Giorgio Bassani, Alberto Bevilacqua, Giorgio Caproni, Carlo Cassola, Giovanni Comisso, Carlo Emilio Gadda, Natalia Ginzburg, Leonardo Sciascia, Mario Soldati⁸.

La rivista ebbe una vita relativamente breve. Le pubblicazioni terminarono nel dicembre del 1964, probabilmente sulla scia della mutata gestione aziendale e della diversa strategia d'impresa introdotte dalla nuova gestione Cefis, dopo la scomparsa prematura di Mattei. Lo stesso destino, tuttavia, negli stessi anni sarebbe toccato a numerose iniziative editoriali industriali, il che alimenta, al di là del caso specifico, l'ipotesi di una stretta relazione tra una stagione, breve ma fiorente, di pubblicazioni

⁷ Cfr. D. POZZI, *Molti nemici molto onore? Le strategie di comunicazione dell'Eni di Enrico Mattei*, in *Comunicare l'impresa* cit., pp. 193-225.

⁸ Cfr. P. DI STEFANO, *Prefazione* cit.

aziendali in Italia, e una altrettanto breve ma fiorente stagione di crescita industriale che avrebbe mostrato, già alla metà degli anni Sessanta, segnali evidenti di crisi.

3. L'Eni e il Terzo Mondo

“Il Gatto Selvatico” nasce dunque per rispondere a tre grandi esigenze avvertite con estrema chiarezza dalla dirigenza Eni: coltivare ed indirizzare il sentimento di appartenenza all'azienda, valorizzare il carattere storico dell'impresa e (soprattutto) definire ed inquadrare il carattere istituzionale dell'Eni e la sua strategia aziendale all'interno del quadro nazionale e internazionale⁹. Ed è appunto con riguardo a quest'ultimo aspetto che si inserisce l'attenzione riservata alla politica terzomondista dell'azienda, ed in particolare alla politica nei confronti del continente africano.

Racconta Marcello Colitti, che ha a lungo lavorato all'Eni, che il progetto di Mattei di sviluppo dell'Africa poté inizialmente avvantaggiarsi di un sostanziale disinteresse da parte della grandi multinazionali, che non credevano nello sviluppo economico del continente e quindi non lo ritenevano luogo privilegiato di investimento. Da qui l'illuminazione di Mattei di fare di questa debolezza un punto di forza, con la creazione di un sistema africano di raffinazione basato su compagnie miste tra Eni e governi locali. Dal racconto di Colitti emergono aspetti interessanti sul *modus agendi* di Mattei, anche nel suo rapporto con il continente africano:

eravamo molto ignoranti – confessa Colitti – e cercammo di rimediare sapendone di più [...] In poco tempo fummo in grado di produrre un vero e proprio bollettino di notizie, al quale contribuivano tutti i rappresentanti dell'Eni e delle sue società nel continente [...] Fino a che durò, potevamo dire di essere informati dell'Africa più di chiunque altro, tanto da essere utilizzati quasi quotidianamente dal ministero degli Esteri come fonte privilegiata e tempestiva d'informazione¹⁰.

⁹ Cfr. C. CORDUAS, *Impresa e cultura. L'utopia dell'Eni*, Milano, Bruno Mondadori, 2006.

¹⁰ M. COLITTI, *ENI. Cronache dall'interno di un'azienda*, Milano, Egea, 2008, pp. 130-140.

La strategia industriale a lungo termine progettata da Mattei per l’Africa era destinata, per stessa ammissione di Colitti, a fallire, per cause intrinseche ed estrinseche al progetto stesso, non ultime quelle legate agli avvicendamenti ai vertici Eni, e forse ad una latente ingenuità in alcune valutazioni dello stesso Mattei. Eppure, l’idea del presidente dell’Eni rimane uno dei pochi progetti di sviluppo per il continente africano basati su programmi di collaborazione tecnico-economica come alternativa allo sfruttamento coloniale o alla vendita di armi.

Non è un caso che gli articoli su questi aspetti della politica aziendale inizino ad occupare le pagine della rivista soprattutto a partire dal 1957. L’anno precedente aveva visto i primi importanti successi della lotta anticoloniale con l’indipendenza di Marocco e Tunisia. L’espansione africana di Mattei andava dunque a sovrapporsi al processo di indipendenza del continente africano, e questo in qualche modo sottolineò la valenza di tale azione, intrapresa come detto attraverso accordi diretti con i nuovi governi.

Gli articoli narravano le condizioni dei lavoratori negli impianti africani in Marocco, in Algeria, in Tunisia, in Egitto, in Ghana, in Nigeria, in Tanganika. Ma nel momento in cui esaltavano il coraggio e lo spirito di abnegazione, nonché le competenze tecniche degli uomini Eni, gli articoli erano sempre anche l’occasione per tracciare affreschi dei paesi africani di recente indipendenza, da cui ben emergeva la visione anticolonialista del gruppo imprenditoriale.

A Casablanca si avverte subito “aria di trapasso” – scriveva l’inviato Ubaldo Bertoli in un reportage del marzo 1960 – quegli aspetti di incertezza, di vaga perplessità che caratterizzano un mutamento di situazioni sociali, di sistemi, di congiunture psicologiche¹¹.

¹¹ U. BERTOLI, *Vita con i nostri in terra di Marocco*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VI, n. 3, marzo 1960, pp. 4-11.

Era un Marocco in cammino verso l'uropeizzazione quello che veniva descritto, ma un'uropeizzazione lontana dall'impronta colonialista, "senza equivoci"; un Marocco dai paesaggi struggenti e dalle asperità da rispettare e da temere. Un paese dove i "legionari" dell'Agip sapevano di essere non in missione di guerra ma in una missione di "pace costruttiva".

Grande rilievo veniva dato, nel numero del marzo del 1960, all'opera svolta dall'Eni nel soccorso alle popolazioni marocchine colpite dal terremoto che aveva interessato la città di Agadir il 29 febbraio¹².

Spesso veniva sottolineato il rapporto privilegiato e "paritario" tra Mattei e i governanti locali: in questo quadro veniva riportata la notizia della visita del governo marocchino agli impianti Eni di Gela e San Donato Milanese nel febbraio del 1960¹³ e di quella di Bourghiba a quelli di Corte di Cadore nel luglio¹⁴; degli accordi di collaborazione economica firmati tra l'Eni e il governo tunisino il 10 giugno dello stesso anno¹⁵, con quello nigeriano nel marzo del 1962¹⁶ e con quello del Tanganika ad inizio 1963¹⁷; dell'inaugurazione della raffineria Samir a Mohammedia nel gennaio del 1962¹⁸, di quella di Tema, in Ghana, nel settembre del 1963¹⁹, di quella di Biserta, in Tunisia, nel dicembre del 1963²⁰.

Quello che sempre veniva rimarcato con grande enfasi in queste notizie erano le "condizioni di parità" che caratterizzavano le intese tra l'Eni e i paesi africani, "su un piano di uguaglianza assoluta e di mutuo

¹² *Il contributo dell'Eni all'opera di soccorso*, in "Il Gatto Selvatico", a. VI, n. 3, marzo 1960, p. 22; M. CESARINI SFORZA, *Gli uomini della minieraria sul fronte di Agadir*, ivi, a. VI, n. 3, marzo 1960, pp. 24-25; *Onorati a San Donato i caduti di Agadir*, ivi, a. VI, n. 4, aprile 1960, p. 4.

¹³ *Il presidente del Consiglio del Marocco ha visitato i nostri impianti*, in "Il Gatto Selvatico", a. VI, n. 3, marzo 1960, pp. 12-13.

¹⁴ P.M. PAOLETTI, *Il presidente Bourghiba visita Corte di Cadore*, in "Il Gatto Selvatico", a. VI, n. 7, luglio 1960, p. 11.

¹⁵ *Gli accordi con la Tunisia aprono nuove prospettive all'economia e al lavoro italiani*, in "Il Gatto Selvatico", a. VI, n. 6, giugno 1960, p. 6.

¹⁶ *L'Eni in Nigeria*, in "Il Gatto Selvatico", a. VIII, n. 4, aprile 1962, p. 12.

¹⁷ *L'Eni costruirà una raffineria nel Tanganika*, in "Il Gatto Selvatico", a. IX, n. 6-7, giugno-luglio 1963, p. 9.

¹⁸ *Inaugurata dal re del Marocco e da Fanfani la raffineria Samir di Mohammedia*, in "Il Gatto Selvatico", a. VIII, n. 1, gennaio 1962, p. 4 e pp. 12-13.

¹⁹ *La prima raffineria del Ghana è opera dell'Eni*, in "Il Gatto Selvatico", a. IX, n. 10, ottobre 1963, pp. 3-5.

²⁰ *Inaugurata la raffineria di Biserta*, in "Il Gatto Selvatico", a. IX, n. 12, dicembre 1963, p. 3; *Significato di una inaugurazione*, ivi, a. X, n. 1, gennaio 1964, pp. 8-10.

rispetto”²¹, fossero queste indirizzate a fissare semplici collaborazioni economiche o a regolare una presenza più strutturale dell’azienda attraverso propri impianti di estrazione petrolifera. E ciò veniva sottolineato rimarcando la netta rottura con il passato di sfruttamento “senza contropartita” portato avanti dai paesi colonialisti (era il caso degli inglesi in Ghana) con la scusa di portare “civiltà e benessere nei Paesi che tenevano in soggezione”²². La “politica democratica dell’Eni in Medio Oriente”, politica “di rottura dei cartelli internazionali”²³, “priva di sottintesi e di limitazioni politiche”²⁴, aveva insomma aperto ad una nuova era dei rapporti tra Europa e mondo ex coloniale.

Grande attenzione veniva riservata all’istruzione e alla formazione, viste come mezzi per favorire un’emancipazione effettiva dei paesi di nuova indipendenza, una “decolonizzazione sul piano umano”²⁵: per questo negli articoli spesso si sottolineava la funzione delle scuole Eni di San Donato o di quelle presso gli impianti veneziani della Irom²⁶, che accoglievano giovani operai e dirigenti dei paesi africani perché potessero apprendere le tecniche e i segreti della grande azienda ed applicarli poi autonomamente nei loro paesi d’origine, o l’opera di educazione e di trasmissione delle tecniche di lavoro direttamente sul posto²⁷. Proprio in questa opera educativa veniva individuato il vero tratto distintivo della politica dell’Eni rispetto a quelle politiche racchiudibili sotto la formula del “neocolonialismo”, “nuova piaga” che aveva uno dei propri punti di forza proprio nella premeditata volontà di “evitare di preparare tecnici africani, destinati a sostituire col tempo quelli europei”, nascondendo agli

²¹ *Inaugurata dal re del Marocco e da Fanfani* cit.

²² U. DE FRANCISCIS, *Che cos’è il Ghana*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VII, n. 3, marzo 1961, pp. 28-29.

²³ G. ASSAN, *Tempo di pionieri nel Sinai petrolifero*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VIII, n. 4, aprile 1962, pp. 4-6.

²⁴ *La prima raffineria del Ghana è opera dell’Eni* cit.

²⁵ G. ASSAN, *Tempo di pionieri nel Sinai petrolifero* cit.

²⁶ F. PRATICO, *Con gli allievi africani alla Irom*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VIII, n. 12, dicembre 1962, pp. 7-9.

²⁷ Cfr. in tal senso *Inaugurata dal re del Marocco e da Fanfani* cit.; *L’Eni in Nigeria*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VIII, n. 4, aprile 1962, p. 12; A. MOSSOTTI, *Fra i geologi della Cori a sud di Bengasi*, ivi, a. VIII, n. 5, maggio 1962, pp. 8-9.

africani “la formula di quella moderna lampada di Aladino che è la tecnica”²⁸.

Ma l’aspetto forse più interessante della questione terzomondista affrontata dalle pagine della rivista aziendale dell’Eni è rappresentato dagli articoli che dei paesi di nuova indipendenza cercavano di far conoscere anche la cultura, la letteratura (nel maggio del 1960 un articolo di Maria Grazia Leopizzi sulla poesia africana²⁹), l’arte, viste come altrettante forme di emancipazione e di affermazione dell’identità nazionale. Un intero numero speciale venne pubblicato in lingua araba.

Il numero dell’ottobre del 1962, tutto dedicato alla figura di Mattei in seguito alla tragica scomparsa, era l’occasione anche per ricordare l’opera del fondatore dell’Eni nel Terzo Mondo, dove la sua figura era stata e continuava ad essere circondata da un’aura di “leggenda”. Mattei significava, in quei paesi, “italiano”, ed italiano significava “Mattei”, e dunque “amico” dei marocchini, degli algerini eccetera. Leggenda era ormai l’episodio che raccontava di Maometto V che, contravvenendo ad ogni protocollo che impediva al re del Marocco di dialogare con uno “straniero” in una lingua che non fosse l’arabo, era solito invece prendere a braccetto Mattei e parlare con lui in francese. Per loro, per i marocchini ancora resi diffidenti dal lungo ed “umiliante” protettorato francese, Mattei “era quello che faceva trattare gli operai indigeni come quelli venuti dall’Europa. Questa era l’amicizia’ che essi rispettavano...”³⁰. Semplice quanto efficace, la “formula Mattei” poteva essere riassunta in “collaborazione invece di sfruttamento”; una politica lontana da ogni tentazione neocolonialista, che agiva

senza tentare di influenzare la vita politica delle rispettive nazioni, e cercando al contrario di far partecipare il più possibile lo Stato ospite alla conduzione tecnica e amministrativa delle imprese³¹.

²⁸ B. VALLI, *L’Eni in Africa*, in “Il Gatto Selvatico”, a. IX, n. 10, ottobre 1963, pp. 5-6.

²⁹ M.G. LEOPIZZI, *L’Africa parla con la voce dei suoi poeti*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VI, n. 5, maggio 1960, pp. 30-31.

³⁰ B. VALLI, *Mattei e il Terzo Mondo*, in “Il Gatto Selvatico”, a. VIII, n. 10, ottobre 1962, pp. 22-23.

³¹ B. VALLI, *L’Eni in Africa* cit.

Una formula che sembrava non esaurirsi con la scomparsa di Mattei, e che “Il Gatto Selvatico” sottolineava aver trovato un emblematico riconoscimento nella decisione, da parte del governo tunisino, di inserire l’inaugurazione della raffineria di Biserta nel calendario ufficiale della “Festa dell’evacuazione” che sanciva la definitiva e completa indipendenza e sovranità territoriale del paese: un paese che, mentre voleva cancellare ogni residua traccia dell’antica presenza coloniale, accoglieva “con fiducia e speranza” una nuova presenza, quella dell’Eni³². Anche attraverso le pagine de “Il Gatto Selvatico” l’Eni era dunque riuscita a portare avanti quella “formula Mattei” – a cui sicuramente non furono estranee le suggestioni derivanti da La Pira e dai suoi “incontri Mediterranei” che per la prima volta avevano messo al centro dell’interesse non l’Occidente ma il Terzo Mondo – che si presentava come un originale anticolonialismo derivante da un nazionalismo che l’antifascismo privava delle sue connotazioni espansionistiche e che piuttosto si traduceva in un convinto appoggio al diritto di ogni popolo di perseguire il proprio riscatto politico, economico e sociale, anche attraverso l’affermazione della sovranità sulle proprie risorse naturali. Un modello all’interno del quale la cultura industrialista incarnata dall’Eni poteva e doveva rappresentare uno strumento di affrancamento anche tecnologico dalle vecchie e nuove egemonie. L’anticolonialismo, dunque, come fine e insieme come strumento della strategia aziendale di Enrico Mattei.

³² *Significato di una inaugurazione cit.*

Eleonora Belloni: Dottore di ricerca in “Teoria e storia della modernizzazione e del cambiamento sociale in età contemporanea” presso Università di Siena, attualmente svolge attività di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Politiche e Internazionali dell’Università di Siena, dove ha anche tenuto l’insegnamento a contratto di Storia economica e sociale dell’età moderna. La sua attività di ricerca si è fin qui concentrata sulle problematiche della cultura economica e della ideologia industriale nell’Italia liberale e fascista, sulla storia dell’associazionismo industriale, sulla storia dello sport e sulla storia economico-sociale della Grande Guerra.

Ha pubblicato: *Ideologia dell’industrializzazione e borghesia imprenditoriale dal nazionalismo al fascismo (1907-1925)* (Lacaita, 2008); *La Confindustria e lo sviluppo economico italiano. Gino Olivetti tra Giolitti e Mussolini* (Il Mulino, 2011); *La Confindustria dalla ricostruzione al miracolo economico. Angelo Costa (1945-1970)* (Nerbini, 2012).