

# I segreti del buon candidato

## «Per vincere le elezioni non serve parlare a tutti»

Fabrizio Masia: «La trasversalità non paga, vanno precisati i destinatari del messaggio. Concentrarsi sui territori conquistabili. Un errore grave? Fidarsi solo del proprio naso»

PIETRO DE LEO

«Siamo ancora all'inizio. Credo che gli italiani, tranne quelli che seguono abitualmente la politica, non stiano prestando ancora molta attenzione alla campagna elettorale. Probabilmente ci sarà un cambio di passo quando si entrerà nel vivo, da fine agosto-inizio settembre in poi». Fabrizio Masia, ad di EMG, è uno dei professionisti più quotati nel comparto sondaggi. E questa è la fotografia che traccia con *Libero* sull'interesse collettivo riguardo alla corsa alle urne, in giorni di piena stagione vacanziera. Masia, però, sa porsi anche assai bene dall'altro lato del campo, ossia quello di chi gioca la partita elettorale. È già ordinabile nelle piattaforme online e da fine mese sarà in libreria "Il candidato senza errori" (Bookness), volume in cui Masia spiega come si può affrontare, in modo efficace, la sfida con le urne.

**Dottor Masia, qual è il cuore del libro?**

«L'obiettivo è dare indicazioni affinché si utilizzino alcuni strumenti, tra cui i sondaggi, per evitare che vengano commesse una serie di gaffe e far sì che si definisca una

**GIORGIA ABILE**

«Giorgia Meloni sta facendo un ottimo lavoro. Si sta dimostrando coerente sulle varie piattaforme nelle quali può comunicare»

strategia elettorale. Ottimizzando il proprio "personal branding", ossia il proprio status di fronte all'opinione pubblica, per massimizzare il consenso nel momento in cui si affrontano la stampa, i media, gli eventi».

**Da dove si parte?**

«Da tre elementi strategici. Le "tre C": Temi, target e territorio».

**Spieghiamo.**

«Sul piano dei temi significa passare da elementi valoriali ad elementi programmatici, che siano comprensibili nell'immediato. Sui target, è necessario non cercare di parlare trasversalmente a tutti, ma di definire i destinatari del messaggio. Poi ci sono i territori: capire dove già si può vincere e invece quali sono quelli "Ohio", ossia contendibili. A questo proposito è fondamentale l'esperienza di Stefano Bonaccini, di cui ho seguito la campagna elettorale. Avevamo individuato alcuni Comuni in bilico dove rafforzare la presenza. Questa strategia poi ha portato alla riconferma quando in molti davano certa vittoria di Borgognoni».

**L'errore più comune che un candidato può commettere in campagna elettorale?**

«Fidarsi solo del proprio naso e non costruire una strate-



gia lungo la quale definire tutte le operazioni tattiche. Tradotto: fare solo il politico e non il comunicatore».

**Stando alla sua esperienza, qual è la figura che si avvicina di più all'idea di "candidato senza errori"?**

«Devo dire che Bonaccini è stato molto bravo a credere che il cambio di immagine fosse uno strumento in grado di dargli ulteriore credibilità. Nel-

lo scenario di strettissima attualità, poi, Giorgia Meloni sta facendo un ottimo lavoro. Si sta dimostrando coerente anche in "senso orizzontale", ossia sulle varie piattaforme nelle quali può comunicare».

**Andiamo nel cuore dei**

**messaggi di questa campagna elettorale. Il Pd pare non si sganci dalla linea dell'allarme contro "le destre". Può essere efficace?**

«È abbastanza sterile. È un messaggio conservativo e non di allargamento dell'elabora-



to. Le campagne elettorali costruite per lo più con una "pars destruens" credo abbiano un po' stancato. Va bene la denuncia di ciò che si ritiene dannoso, ma oggi la gente vuol più che mai risposte per i problemi della propria quotidianità. Sul piano della sicurezza, dell'economia, del lavoro. Peraltro, i flussi da destra a sinistra sono molto deboli. Sono più importanti quelli che

vanno da destra al centro e viceversa, oppure da sinistra al centro, e viceversa. Comunque, sospendere il giudizio, ci sono ancora diverse settimane di campagna elettorale. In ogni caso, se stiamo ai numeri, mi pare difficile che un centrosinistra così configurato, ossia senza l'alleanza con il Movimento 5 stelle, e con la corsa autonoma di Renzi e Calenda nel Terzo Polo, possa avere l'ambizione di sfondare. Requisito dovrebbe essere un Pd attorno al 30%, e mi pare molto complicato».

**Torniamo al suo quadro con i flussi elettorali, che vede il centro come cardine. Il Terzo Polo di Calenda e Renzi che potenziale ha?**

«Attualmente, nei sondaggi si attesta sul 6-7%, ma potrebbe anche arrivare alla doppia cifra. Parliamo di uno spazio potenzialmente importante, su cui in totale gravita circa il 15-20% dei consensi. Ma lì insistono anche Forza Italia e la lista dei moderati di centrodestra».

**Tuttavia Calenda non è stato fermo nella sua posizione. Partito dal centro è andato a sinistra e poi è tornato. Questo non si paga in termini elettorali?**

«Dipende da come la cosa

**TERZO POLO**

**«Il Terzo Polo di Renzi e Calenda?**

**Per ora si attesta sul 6-7%, ma potrebbe anche arrivare in doppia cifra: lo spazio è potenzialmente importante»**

viene raccontata agli elettori, ora bisognerà capire se Calenda sarà in grado di spiegarla. Le campagne elettorali servono anche a questo».

**Altra novità di questa campagna elettorale, Giuseppe Conte. In base ai numeri che avete, una forza a sinistra del Pd può funzionare?**

«Secondo me, nell'ultimo periodo Conte ne ha sbagliate davvero poche. Rimanendo con il Pd sarebbe andato sotto il 10%. Nella corsa autonoma, potrà investire sulla propria proposta politica, in una piattaforma che comprenda i contenuti oggetto del suo confronto-scontro con Draghi. Peraltro, è diventato un buonissimo comunicatore».

**Capitolo centrodestra. Quando si è molto avvertiti nei sondaggi, che rischi si corrono?**

«Si corre il rischio di non dire le cose in modo corretto, o trasmettere tensioni tra alleati. Ecco, la compattezza in questo momento è il valore fondamentale. Ogni partito, chiaramente, può e deve portare avanti delle istanze proprie, ma tutte devono essere coerenti, in sinergia tra loro. Altri-menti l'elettore se ne accorge».

Tutti parlano di credibilità, ma solo questa norma può garantirla

## Ora dateci una legge anti-ribaltone

Una regola semplice: chi non approva più la linea del partito si dimette e va a casa

MATTEO MION

■ Ora che il divino Draghi non c'è più, la credibilità internazionale è un tema elettorale e la sinistra, cresciuta per decenni a pane e rubli, lo utilizza con la solita ipocrisia causa l'assenza di idee politiche. Eppure c'è un'unica garanzia richiesta non solo dalla comunità internazionale, ma da ogni singolo cittadino italiano: la governabilità. A imprese e connazionali non interessa nemmeno più chi vincerà le elezioni, ci accontentiamo tutti di avere un governo che governi: destrorso o sinistrorso è ormai un dettaglio. Cambi di casacca, salti di cadrega, i Di Maio, le ciliegine sulla torta del tradimento di Gelmini e Carfagna sono ormai pillole indigeste non solo agli occhi stranieri, ma anche a quelli nostrani.

La lezione di governabilità non può certo provenire dal Pd, che non riesce nemmeno a mettere in piedi una coalizione, figuriamoci un governo. Insom-

ma, che si tratti di mercati, di Bruxelles o chichessia una sola è la prece: un governo che duri! Il venir meno al mandato elettorale, il pugnolare alle spalle il proprio partito e il proprio leader hanno provocato distacco e nausea della politica. Che senso ha votare Tizio o Caio se poi, complice il parlamentarismo, non sappiamo chi andrà ad ingrassare il nostro voto nel quinquennio successivo?

Allora c'è una banalissima norma che dovrebbe essere condivisa nel programma di tutte le forze politiche: una legge anti-ribaltone. Chi non approva più la politica del partito si dimette e con coerente serietà va a casa senza innescare a proprio tornaconto un mercimonio di seggi per formare maggioranze diverse da quelle volute dagli italiani. Sarebbe una norma di salute pubblica che eviterebbe spettacoli indecorosi, cui purtroppo abbiamo fatto il callo, ma soprattutto garantirebbe governabilità e credibilità agli occhi di

chi osserva dall'estero o dalla penisola. Sono sicuro che se i signori parlamentari fossero disciplinati da una norma anti-ribaltone, avrebbero molti meno grilli per la testa e sarebbero fedelissimi non più solo allo scranno, ma anche al partito.

Diversamente che credibilità può avere un Paese dove i governi, incluso l'esecutivo Draghi, si sciogliono come neve al sole? Ormai abbiamo dilapidato anche l'ultimo commissario dotato di appeal internazionale, non rimane che prendere la via della serietà, abolendo definitivamente il *Francia o Spagna purché se magna*. È questa la riforma delle riforme, altrimenti lo spettacolo tragicomico non cambierà mai e si continuerà a passare con grottesca disinvoltura dal fervore pro gilet gialli a quello per Draghi in nome di santa romana cadrega: non è più trasformismo, ma cabaret. Fermiamo queste artefichiate whatever it takes!

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA