



**STRATEGICADVICE**  
RELAZIONI ISTITUZIONALI E COMUNICAZIONE STRATEGICA

5 SETTEMBRE 2022, NUMERO 25

# Verso il voto, chi sale e chi scende...

La nota di Strategic Advice



**Strategic Advice**

Strategic Advice  
Via Sistina 48 - 00187 Roma  
Tel +39 06 97998274-5-6  
Fax +39 06 97998277  
info@strategicadvice.eu

**Una campagna elettorale ancora senza brio e il bisogno di affrancarsi dall'esperienza di unità nazionale. I partiti provano a riposizionarsi ma quasi la metà degli italiani deve ancora decidere come muoversi il 25 settembre.**

C'è chi l'ha già definita la più brutta campagna elettorale della storia repubblicana. C'è invece chi ritiene che in realtà debba ancora cominciare e che il tutto si giocherà negli ultimi quindici giorni.

Giusto o sbagliato, si vedrà, ma è inutile negare che sino a ora i picchi di entusiasmo o gli slanci innovativi non si sono visti da nessuna forza politica.

Sarà per il mese di agosto ma la sensazione è che la partita per il voto si stia consumando, più che sui contenuti, sulla rivendicazione di posizioni che riguardano la storia - vecchia o nuova - delle varie formazioni politiche. Tentare di ridarsi in fretta e furia una identità, dopo 18 mesi di governo di unità nazionale che sembra non abbia solo annacquato i connotati politici dei partiti, ma anche portato le rispettive classi dirigenti a estraniarsi dalla realtà, come se solo ora avessero scoperto i problemi del Paese.

Indicativa la questione del gas e delle ripercussioni sull'economia. Un capitolo la cui fine è difficile sia da scrivere che da immaginare, e che vede oggi tutte le forze politiche chiedere a Draghi interventi straordinari.

È vero che la situazione è da emergenza e richiede una mobilitazione non ordinaria. Ma è altrettanto vero che questo scenario è ben lontano dall'essere una sorpresa. Che si sarebbe arrivati a questo punto era ben chiaro anche quando si è deciso di far cadere il Governo Draghi.

Forza Italia e Lega - che nel chiedere l'esclusione tout court dei 5 Stelle hanno reso irrevocabile il processo di crisi - sostengono che, fosse stato per loro, l'esecutivo dell'ex governatore della BCE sarebbe ancora al suo posto.

Ma è evidente che così non è. Paradossalmente è stato il loro aut-aut a sancire la fine di tutto, con i 5 Stelle che a un certo punto - dopo aver acceso la miccia - erano più che pronti a spegnerla.

Siamo di fronte a un'ipocrisia di fondo che a oggi - oltre al caos in questo momento difficile - aumenta lo scoramento e la disaffezione che non sono ancora in grado di scalfire quel quasi 40% che non sa se si recherà alle urne.

Elettori che, nel caso, decideranno dove mettere la crocetta solo quando avrà già tra le mani la matita. Motivo per cui tutti i sondaggi a ora lasciano un po' il tempo che trovano, eccezion fatta per una tendenza - stabile ormai da mesi - che vede premiati Fratelli d'Italia e Giorgia Meloni.



*La legge costituzionale 1/2021 ha soppresso il preesistente limite minimo dei 25 anni di età per essere ammessi a votare per il Senato.*

Un consenso che più che ideologico - nel senso stretto del termine - sembra essere un atto di fiducia nel riconoscere una coerenza sempre più difficile da trovare in tutti gli altri soggetti.

Ed è forse anche per questo che la prima parte della campagna elettorale si è consumata in questo clima misto tra rassegnazione e circostanza. La rassegnazione - al di là degli slogan - per un risultato difficile da ribaltare. La circostanza di una propaganda elettorale che non sfonda, proprio per quel deficit di coerenza di cui sopra.

La Meloni ha sicuramente gioco più facile nel profilare se stessa. L'opposizione costante e regolare degli ultimi cinque anni le permette di rivendicare l'assoluta estraneità a tutto ciò che è stato fatto o deciso.

Non può fare altrettanto Matteo Salvini, che tra un "tik tok" e l'altro non può rinnegare né l'appoggio a Draghi, né il Governo con Conte. Dire agli italiani di non essere corresponsabile di come si è guidato il Paese sino a oggi è come dire di non chiamarsi Matteo.

Berlusconi gioca una partita tutta sua. Una mozione degli affetti verso se stesso, rispolverando se stesso, come se il tempo non fosse passato.

Non è chiaro se sia una strategia o una spinta emotiva involontaria, fatto sta che parla sempre e solo al vecchio elettore di Forza Italia sperando in un voto più per ciò che è stato che non per ciò che sarà.

Anche il PD fino a ora non sembra essere entrato in partita come vorrebbe. Il pasticcio delle liste, l'agenda Draghi come punto di riferimento, il voler stare un po' al centro e un po' a sinistra, non lo aiutano ad apparire dinamico e sul pezzo.

Il rancore con Renzi e i renziani non aiuta.

Quel Renzi che sceglie di stare meno sotto i riflettori per spingere il terzo polo con Calenda. Difficile dire quanto riusciranno a realizzare. Sicuramente, in questo mare magnum di propaganda, viene riconosciuta una destrezza politica rara. Se questo si tradurrà in un voto - che non sia solo espressione delle cosiddette élite - non è al momento dato a sapersi.

Così come indecifrabile appare la massa dei piccoli partiti del Centro-destra. È vero che l'Italia è storicamente abituata a una rappresentanza a dimensione proporzionale, ma in questo momento l'orientamento a scelte più "decise" sembra prevalente.

Infine il Movimento 5 Stelle nella nuova versione Giuseppe Conte. Lo schema preparato da Rocco Casalino per la comunicazione elettorale è drastico. Messaggi netti, taglienti, di parte. Posizione di sinistra. Attacchi a muso duro. Rinnegare il passato di Governo e se necessario anche il presente.



*Rocco Casalino, che cura la comunicazione di Giuseppe Conte, il presidente del M5S.*

La chiave di tutto è rendersi comprensibili e determinati. Una linea che sembra pagare. Nelle ultime settimane il Movimento è cresciuto e c'è chi ritiene possibile che possa arrivare addirittura a un 15%. Valore non ipotizzabile solo tre mesi fa, quando si riteneva che l'ex premier avrebbe faticato ad arrivare al 10%.

Ma il punto centrale - osservando tutte queste istantanee - è l'impossibilità di capire quanto esse siano solide. Le fluttuazioni da una parte all'altra sono repentine e tre settimane sono ancora un tempo lunghissimo.

Forse ha davvero ragione chi dice che questa campagna elettorale deve ancora cominciare.

## Strategic Advice

Strategic Advice  
Via Sistina 48 - 00187 Roma  
Tel +39 06 97998274-5-6  
Fax +39 06 97998277  
info@strategicadvice.eu