

LA SFIDA DELL'ULIVO



Qualcosa da fare Parola di Fossati

E del cantautore genovese Ivano Fossati l'inno scelto dall'Ulivo per la sua campagna elettorale. «La canzone popolare», una marcia orecchiabile, uscita nel '92 come brano-traino dell'album «Lindbergh»...

Prodi dice sì a Bianco Insieme al proporzionale Guiderà le liste in tre circoscrizioni

Romano Prodi ha deciso: correrà nel proporzionale insieme ai popolari di Bianco e ai laici di Maccanico, guidando le liste in tre circoscrizioni. Il Professore vuole una «composizione equilibrata» della coalizione...

VITTORIO RABONE

ROMA La decisione è presa Romano Prodi scenderà in lizza, nel proporzionale, con i Popolari di Bianco e l'Unione democratica di Maccanico. Guiderà le liste in una circoscrizione del Veneto, forse una dell'Emilia e una del sud...

Il Professore ha detto «sì» a Bianco e Maccanico dopo un incontro in due riprese, di prima mattina il segretario del Ppi era andato in pellegriaggio, sperando che Prodi avesse deciso. Ma lui ha chiesto ancora tempo...

Durante la conferenza stampa in piazza Santi Apostoli, quartier generale della coalizione, Prodi infatti ha mantenuto un margine di dubbio. «Risponderò entro oggi» - ha

brata» dell'alleanza «Una leale contesa» Quale ragionamento faccia il Professore lo hanno spiegato alcuni dei suoi collaboratori. Prodi intende rendere «più visibile» la dialettica con Dini, in una «leale contesa davanti al paese».

Scompare la scritta D'Alema ha smentito le voci «Non mi occupo dei simboli degli altri», e ha spiegato che gran parte della discussione verte ancora sulle candidature. In ogni caso in un primo momento a piazza del Gesù la scritta col nome del leader era sparita dai bozzetti.

La partita dei collegi Più complicata la partita dei collegi che si è trascinata per tutto il giorno, dominata ancora dal braccio di ferro tra il centro di Dini che chiede pari dignità nella divisione di 102 seggi «eleggibili» del maggioritario alla Camera, e il fronte Bianco-Maccanico rafforzato dalla «benedizione» di Prodi.

Il tentativo è mettere insieme cambiamento e stabilità? Esattamente «Alzati che si sta alzando... prendiamola fra le mani questa vita danzante... alzati che sta passando la canzone popolare...» Chi l'ha scelto il motivo di Ivano Fossati? È stato Veltroni. In un primo tempo avevamo pensato di più a Jovanotti, che avremmo tradotto con «no voto positivo».

LA CANZONE POPOLARE di Ivano Fossati. Alzati che si sta alzando la canzone popolare. Se c'è qualcosa da dire ancora. Se c'è qualcosa da fare. Alzati che si sta alzando la canzone popolare. Se c'è qualcosa da dire ancora. Ce lo dirà. Se c'è qualcosa da imparare ancora. Ce lo dirà. Sono io oppure sei tu. Che hanno mandato più lontano. Per poi giocargli il ritorno. Sempre all'ultima mano. E sono io oppure sei tu. Chi ha sbagliato più forte. Che per avere tutto il mondo fra le braccia. Ci si è trovato anche la morte. Sono io oppure sei tu. Ma sono io oppure sei tu. Alzati che si sta alzando la canzone popolare. Se c'è qualcosa da dire ancora. Se c'è qualcosa da fare. Alzati che si sta alzando la canzone popolare. Se c'è qualcosa da capire ancora. Ce lo dirà. Se c'è qualcosa da chiarire ancora. Ce lo dirà. Sono io oppure sei tu. La donna che ha lottato tanto. Perché il brillante naturale dei suoi occhi. Non lo scambiasse per pianto. E invece io, lo vedi da te. Arrivo sempre l'indomani. E ti bussa alla porta ancora. E poi ti cerco le mani. Sono io, lo vedi da te. Mi conosci, lo vedi da te. Alzati che sta passando la canzone popolare. Sono io sono proprio io. Che non mi guardo più allo specchio. Per non vedere le mie mani più veloci. Né il mio vestito più vecchio. E prendiamola fra le braccia. Questa vita danzante. Questi pezzi di amore caro. Questa esistenza tremante. Che sono io e che sei anche tu. Che sono io e che sei anche tu. Alzati che si sta alzando la canzone popolare. Alzati che sta passando la canzone popolare. Se c'è qualcosa da dire ancora. Ce lo dirà. Se c'è qualcosa da capire ancora. Ce lo dirà. Se c'è qualcosa da chiarire ancora. Ce lo dirà. Se c'è qualcosa da cantare ancora. Si capirà.

DALLA PRIMA PAGINA La novità...

alternanza e cioè nel concreto og gi portare al governo del paese per la prima volta nella storia repubblicana la sinistra. Che questo obiettivo comporti l'alleanza con quella parte del centro politico - e quella parte del potere economico - che è stata aiutata o costretta dal maggioritario a schierarsi è sotto gli occhi di tutti.

Il pubblicitario racconta come ha impostato la campagna. Pirella: così Ivano la spuntò su Jovanotti

MILANO Pirella, com'è nata questa «campagna serena» dell'Ulivo? «Nel modo meno sereno di questo mondo. Nel senso che pur avendo contatti coi comitati Prodi da almeno un anno a questa parte, la decisione, si insomma l'incarico risale a una decina di giorni fa. Per cui in dieci-dodici giorni abbiamo immaginato una campagna di affissione che registrasse fortemente il marchio e di spot televisivi che raccontassero in modo efficace i cinque punti principali del programma. E un finale per i singoli partiti, del tipo 'Pds con l'Ulivo o Partito popolare con l'Ulivo'.

Dallo spot al poster, dall'etere al pullman. L'Ulivo viaggia a quattro ruote, simbolo scamo ma accattivante, messaggio rassicurante il voto che unisce, l'alleanza per il governo, il cambiamento tranquillo, il colore blu. E la «canzone popolare» di Ivano Fossati, dall'album Lindbergh. Una campagna lanciata in dieci giorni e curata da Emanuele Pirella, nato a Parma, laureato a Bologna, pubblicitario a Milano con la Pirella & Goettsche.

Roberto Carollo. Inizio di un discorso interessante. Ecco, scusi Pirella. Tuttavia il marchio non è proprio inedito. L'Ulivo non è alla prima rappresentazione. Per cui l'opera da scrivere non è poi così misteriosa o da inventare ex novo. Questo è vero. Infatti, noi contiamo molto sul discorso che l'Ulivo è «era», e dove governa governa bene. Sindaci come Rutelli, Castellani Vitali, Caccian Martinazzoli amministrano fior di città. Dunque l'Ulivo non è un'invenzione cosmologica-politica. Insomma, si punta su un prodotto già sperimentato. È la prima campagna politica per Pirella? No. La prima, almeno gestita da me personalmente fu per Spadolini dopo la sua presidenza del Consiglio. Era quella che diceva «Qualcuno, ma anche sicura forte ma anche serena. Serena o catatonica? Qualcuno a Roma, nel corso della presentazione, ha parlato di slogan dal sapore camomilla. Se è per questo anche la forza tranquilla di Mitterand poteva essere camomilla. A me pare che nei limiti del lancio di un marchio sia

deciso e hanno deciso parecchi che si erano detti incerti. Ce ne è un magma mobile, per cui le incertezze rinascono e rinascono ogni settimana. Il messaggio della nostra campagna comunque dovrebbe raggiungerli perché è positivo e confortante. Il tentativo è mettere insieme cambiamento e stabilità? Esattamente. «Alzati che si sta alzando... prendiamola fra le mani questa vita danzante... alzati che sta passando la canzone popolare...» Chi l'ha scelto il motivo di Ivano Fossati? È stato Veltroni. In un primo tempo avevamo pensato di più a Jovanotti, che avremmo tradotto con «no voto positivo». Avevamo già quasi stampato i manifesti, poi abbiamo visto quelli del Psoe spagnolo. Vuot per non essere accusati di copiare, vuoi perché sembrava che Gonzales non avrebbe vinto abbiamo cambiato. Fossati è parso a tutti efficace. Non spopolerà in televisione ma accompagnerà i vari leader nelle convenzioni. Mi sembra una bella ballata piena sobria, senza eccessi un po' come la campagna dell'Ulivo. Pirella, come se la cavano Prodi e Veltroni nell'offerta del prodotto? Indubbiamente hanno due meta bolsimi diversi. Uno gioca più di punta e l'altro più a centrocampo. Ma non è detto che non possano anche scambiarsi i ruoli quando occorre. Anche se Veltroni è il tipo scattista da spazi brevi, mentre Prodi è un fondista. Ma la coppia mi pare che funzioni: che si integri bene. Ma la campagna punta tutto su questa coppia?



Beh no. Perché l'Ulivo ha tante componenti. Mentre nel Polo è tutto molto concentrato sui leader, Berlusconi che giura sulla testa dei suoi figli. Finì che addirittura sbalzò fuori dal manifesto. L'Ulivo invece è una specie di federazione di intelligenze: quindi abbiamo voluto rispettare questo spirito di squadra. Questa forza del collettivo. Qualcuno, sempre a Roma, ha notato che manca la parola giustizia. Sì, ma Italia pulita vuol dire anche giusta, e soprattutto trasparente. E comunque la somma dei sei aggettivi, forte e serena, seria e pulita, giovane e sicura, vuole anche dire giusta per tutti. Intanto il pullman si è fatto in due: Veltroni e Prodi gireranno l'Italia in senso inverso per poi incontrarsi a Roma. Si può dire, senza cadere nei luoghi comuni, che rispetto ai progressisti del '94 questo giro ricorda un po' le primarie americane? Una campagna «coast to coast»? Sicuramente un po' di più all'americana ma avendo ampliato la capacità di ascolto della base. Nel '94 era meno americana e molto più Botteghe Oscure: più di vertice

l'Unità. Direttore Walter Veltroni. Condirettore Giuseppe Calderola. Direttore editoriale Antonio Zollo. Vice direttore Giancarlo Bossati. Marco Demareo. Redattore capo centrale Luciano Fontana. Pietro Spataro (Unità 2). L'Arca Società Editrice di l'Unità S.p.A. Presidente Antonio Bernardi. Amministratore delegato Amato Madaia. Consigliere delegati Nedo Antonietti, Alessandro Matteucci, Antonio Zollo. Consiglio d'Amministrazione: Nedo Antonietti, Antonio Bernardi, Elisabetta Di Prisco, Simona Marchini, Alessandro Matteucci, Amato Madaia, Giancarlo Bossati, Antonio Zollo. Direzione redazione amministrazione: 00187 Roma, Via dei Maccioli 23/13. Tel. 06 589951. Telex 613461. Fax 06 6782555. 20124 Milano, Via F. Casati 32. Tel. 02 67721. Quotidiano del Pds. Roma. Direttore responsabile Antonio Zollo. Iscritt. al n. 242 del registro stampa del trib. di Roma. Ricor. come giornale musicale nel registro del tribunale di Roma n. 4552. Certificato n. 2984 del 14/12/1995.