

Simone Collini

ROMA «Nel contatto con la gente dovete cercare di instaurare un clima di simpatia con gli interlocutori. Ricordatevi che per ciascuno c'è una musica particolarmente gradita: il proprio nome e cognome. Quindi continuate a ripetere il nome e il cognome delle persone che incontrate, perché questo sarà considerato un segno di attenzione che vi darà la fiducia degli interlocutori». Non solo. Utile sono anche i complimenti, come «per esempio dire: che bella cera che hai, che bella cravatta, che bel sorriso... Vedrete che dopo un po' conquisterete la fiducia dei vostri interlocutori». Silvio Berlusconi chiama a raccolta i candidati azzurri per le prossime amministrative. Per oltre un'ora e mezza parla di politica, attacca la sinistra. E poi impartisce ai suoi una lezione su come si conquista la «simpatia elettorale». Illustra una serie di trucchi e consigli, di quelli a cui spesso si fa riferimento in seminari di strategia di comunicazione e marketing. Con la differenza che l'obiettivo, questa volta, non è quello di convincere all'acquisto clienti titubanti, ma guadagnarsi la fiducia degli elettori. Li esalta. E li riempie di complimenti. E poi, tanto per essere più sicuro che apprendano per bene la lezione, dà loro i compiti per casa: distribuisce ai candidati sindaci e consiglieri del Polo il «Vademecum del Candidato». Eccone il contenuto.

LOOK BRILLANTE

Si parte dalle caratteristiche che deve avere

LO STAFF DI SEGRETERIA (segretario particolare, segretario organizzativo, addetto stampa, responsabile amministrativo, responsabile marketing, responsabile dell'agenda, vice), per passare poi a come dovrà essere, comportarsi e presentarsi

IL CANDIDATO. Primo tema affrontato: «Il look»: «Esiste una "scala di valori dell'immagine", una serie di sensazioni che il pubblico "sente" guardando una foto o un servizio tv: 1) simpatia/calore umano/sincerità; 2) competenza; 3) intelligenza; 4) disponibilità. Sono questi i valori, e con quest'ordine, che devono emergere con forza dalla tua immagine e dal tuo comportamento». Non vengono lasciati fuori dall'opera di propaganda i rapporti familiari: «Il contesto della famiglia, il coniuge ed i figli, vanno, senza velleità "monarchiche", resi noti per trasmettere un'idea rassicurante di nucleo familiare coeso e pronto a collaborare e comprendere, senza interferenze, i nuovi impegni del candidato e la responsabilità del prossimo sindaco, presidente, consigliere». Si parla anche della «sapiente tecnica del complimento», che deve essere «appropriato a ciascuno, dal giovane attivista, alla signora avanti in età». Consigli vengono dati sull'auto da utilizzare durante la propaganda e delle caratteristiche (luogo, durata) che dovranno avere i comizi. Inoltre, si raccomanda, «dopo il comizio è necessario farsi "sentire" nel contatto umano, non solo con il gruppo di supporters, ma soprattutto con i curiosi e gli estranei che hanno ascoltato il comizio e sono ancora indecisi. Una stretta di mano, il sorriso aperto, la sicurezza saranno la ulteriore molla che farà scattare dopo la curiosità iniziale, la simpatia e la disponibilità al consenso».

PARTY E CENE

Non viene trascurata l'importanza di cene e party, che consentono «di far intervenire personaggi influenti che condizionano gruppi di consenso». La raccomandazione al candidato, per queste occasioni, è di «non sottrarsi a qualche foto e a qualche ben collaudata battuta di spirito».

Un capitolo a parte viene dedicato al PARLARE IN PUBBLICO, spiegando come si affronti «la paura dell'uditorio»: «Meglio si conosce l'oggetto che interessa la platea, più facil-

Meglio si conosce l'oggetto che interessa la platea più facilmente si conquisterà l'entusiasmo

”

mente si conquisterà l'entusiasmo che a sua volta ingenera ulteriore sicurezza, alimentando quel virtuoso circolo positivo di simpatia-sicurezza-fiducia e consenso». Viene raccomandato di presentare sempre lo stesso tipo di intervento, senza temere di essere ripetitivi, perché, spiega il vademecum, «la maggior parte delle persone del pubblico ci sentirà una, al massimo due volte», ma anche perché, si sottolinea chiarendo quale sia la considerazione in cui Forza Italia tiene i propri elettori, «non dobbiamo pensare che la seconda volta ricordino con precisione ciò che abbiamo detto la prima volta». E poi c'è l'esplicito riferimento quale sia l'ambito da cui provengono simili strategie: «Allo stesso modo, i pubblicitari preferiscono usare sempre lo stesso slogan per identificare un certo prodotto».

Da non trascurare, si legge, L'ANALISI DEL TERRITORIO. ATTENTI AL PRETE

“ Il vademecum del premier per chi dovrà cercare elettori per il centrodestra Come il mago della favola indica i trucchi del mestiere



Fate sempre lo stesso discorso Dite che volete fare cose nuove per la città Contatto umano Non rispondete all'opposizione”

Cravatta e sorriso eterno, il candidato di B.

«Chiamate tutti per nome, fate sempre complimenti. A me non piace quando mi dicono che sono ingrassato...»



Non manca nulla nel kit del candidato per le amministrative fornito dal premier: indicazioni di comportamento, nel vestire, modo di far politica

E le foto: il candidato dovrà scegliere delle pose in tutto simili a quelle che ha scelto Berlusconi per vincere un anno fa

cultura di governo

SE CINQUE VILLE VI PAION POCHE

Bruno Miserendino

Berlusconi compra una villa per ospitare in Sardegna le scorte dei capi di governo, 400 metri quadrati, costo 2 miliardi e seicento milioni. (Dai giornali di ieri).

La notizia conferma che almeno di una cosa si può andare orgogliosi. L'Italia ha un presidente del consiglio che sugli affari è una spanna avanti a tutti. Su questo non si discute. Sarà perché fin da piccolo ha scoperto «la magia del libero mercato», sarà perché da vero imprenditore sa ottenere il meglio dai suoi uomini, sta di fatto che in ogni attività commerciale, dal mattone all'etere, risulta largamente il più bravo d'Italia e probabilmente d'Europa. Tuttavia sarebbe riduttivo vedere nell'acquisto della quinta villa al mare solo la riprova delle sue indubie doti affaristiche. La verità è che con l'operazione «villa Stephanie» il premier ha dato, in un colpo solo, alcune lezioni ai suoi detrattori. Una interdisciplinare dimostrazione di fiuto, buon gusto, senso dello stato, e generosità verso i sudditi, che ha pochi paragoni in Europa. Comincia dalla notizia. Trovare una prestigiosa residenza di 400 metri quadrati in Costa Smeralda, a pochi passi dal mare, termoa autonomo, con piscina, posti auto e ampio giardino panoramico, alla cifra di circa 6 milioni a metro quadro, diciamo la verità, non è da tutti. «Ai suoi immobilizzatori di fiducia», recitavano domenica le agenzie, il presidente del consiglio aveva dato indicazioni chiare, e così loro sono andati a colpo sicuro: hanno scovato in tempo reale uno che aveva comprato villa Stephanie a un'asta e che gliel'ha girata a prezzi stracciati. E' la magia del mercato.

Tutto questo, scusate se è poco, significa un'estate tranquilla per tutti quegli statisti che faranno a gara per passare qualche giorno al mare col presidente del consiglio italiano. Sono cose importanti in diplomazia, e non a caso il nostro capo del governo è anche ministro degli Esteri. Quanto all'immagine, non c'è confronto col passato. Pensate agli ultimi presidenti del consiglio, tipo D'Alema e Amato. Ce li vedete Tony Blair, Aznar, Bush senior, infilati nella barca di D'Alema, con un bagno solo, e con le guardie del corpo ammassate tutt'intorno su gommoni come gli albanesi? E Amato che avrebbe potuto fare? Invitare i capi di stato nella sua casetta di Ansedonia? Ha proprio ragione il premier: il prestigio del paese sta crescendo.

C'è indubbiamente anche una lezione di buon gusto. Questo pensare alle guardie del corpo degli ospiti, trovando loro alloggio in una villa esclusiva, è un tocco di classe. Pare che i poliziotti locali, che si sobbarcano l'onere della protezione del premier e dei suoi ospiti, l'abbiano presa male («ma come noi viviamo in tuguri...»), ma sono lamentele sicuramente ingenerose, probabilmente legate a pregiudizi ideologici.

Ma l'aspetto che è sfuggito ai più, è la nuova cultura di governo che questo affare mette in luce. Si intravede quella visione della politica che ha incontrato il favore di tanti italiani, anche se non di tutti i magistrati. Secondo cui è molto meglio avere un capo del governo ricco, in grado di pagarsi in proprio molte delle spese di rappresentanza, piuttosto che un pezzente che fa la gavetta in squallide sezioni di partito. Ricordate l'assunto dell'attuale capo del governo a proposito di moralità della politica? Un ricco, ha spiegato più volte, non ha bisogno di arricchirsi, quindi in politica è più affidabile. Un burocrate di partito invece è più corruttibile proprio perché è un pezzente (o perché il suo partito è in bolletta). E' un concetto che fa fatica ad imporsi nel mondo politico della vecchia Europa, ma si sa, anche qui c'è molto da svecchiare. Tutti, per via della magia del mercato, avremo vantaggi dall'operazione villa Stephanie. Un presidente che offre di tasca sua le vacanze agli ospiti, non se lo possono permettere molti paesi al mondo. Ma prima o poi qualcuno ricambierà.

GRANDI ELETTORI, fra i quali vengono annoverati presidenti di categorie, camere di commercio, albi e ordini professionali, ex amministratori, ex parlamentari, il vescovo, i sacerdoti più impegnati sul fronte sociale, presidenti di società sportive e rappresentanti di associazioni di volontariato. Seguono lo Schema degli impegni da assumere da parte dei candidati a sindaco di Forza Italia e lo Schema degli impegni da assumere da parte dei candidati a consigliere comunale di Forza Italia.

Si tratta in pratica due discorsi standard, con puntini di sospensione e parentesi in cui il candidato deve solo aggiungere la città in cui si presenta. «Ho deciso di accettare la candidatura a Sindaco della mia città perché voglio vedere una (...) più bella, più ordinata, più pubblica, più sicura. Per questo ho detto sì agli amici di Forza Italia e della Casa della Libertà che mi hanno chiesto se ero disponibile a candidarmi». Ci sono anche

parole e frasi in neretto. Probabilmente i passaggi in cui il candidato dovrà cambiare il tono o aumentare il volume della voce. «Forza Italia, così come ha proposto un modo nuovo di governare il Paese (neretto, ndr), un modo nuovo di far politica, un programma nuovo per l'economia, ha una proposta nuova, rivoluzionaria anche per l'amministrazione delle città e dei comuni (neretto, ndr). Ma innanzitutto, nell'amministrare (...), voglio imitare la capacità di realizzare messa in atto dal Governo Berlusconi». Segue una lunga (e quantomeno discutibile) descrizione di

quanto realizzato in questi dodici mesi dall'esecutivo, l'unico «nella storia della Repubblica» ad aver «preso impegni così precisi con gli elettori» e l'unico ad averli «rispettati in modo così puntuale».

SILVIO È IL MIGLIORE

«Insomma - dovrà dire il candidato sindaco ai suoi concittadini - stiamo rispettando alla lettera gli impegni presi con voi durante la campagna elettorale. Si sta cambiando l'Italia. Vorrei ricordare qualcuno di questi provvedimenti». È già un elenco che parte dalla Tremonti bis per arrivare alla «soppressione completa della tassa di successione», che passa dal «grande soppressione degli adempimenti fiscali inutili» al «rilancio del Sud». «L'economia sta ripartendo», dovrà anche dire il candidato: «I posti di lavoro sono aumentati di 371 mila unità».

Nel discorso del perfetto candidato non può mancare l'attacco alla sinistra.

E allora ecco che una parte dovrà essere interamente dedicata alla DISINFORMAZIONE DELLA SINISTRA. «La sinistra, spaventata dalla nostra capacità di realizzazione, sta però scatenando la sua campagna di disinformazione, approfittando del fatto che di molti provvedimenti ancora non sono visibili gli effetti. Così raccontano una serie di bugie». Si parla della «proposta di riforma sperimentale dell'articolo 18», definita «una proposta giusta, vantaggiosa per tutti e che porterà molti nuovi assunti, soprattutto tra i giovani, soprattutto al Sud». Ma di fronte a questo cosa è successo? Che «a sinistra si sono scatenati, hanno detto che tutti i lavoratori rischiavano il posto», «e purtroppo le Brigate Rosse ne hanno approfittato».

E quindi ecco

GLI IMPEGNI DI FORZA ITALIA nel territorio: «Allora, anche a (...) io voglio mettere in atto la stessa capacità di realizzare». E, immancabile, arriva IL CONTRATTO.

L'ELETTORE VA CIRCUITO

Com'era stato per il «contratto con gli italiani» del premier, i candidati sindaco dovranno stipulare un contratto con i propri concittadini: «Ci sono infine cinque impegni precisi sui quali sottoscriviamo un contratto con i (vicentini)» (l'esempio qui è Vicenza). La «prima missione» sarà la «buona manutenzione»; la seconda, la «sicurezza»; «L'impegno della nuova amministrazione sarà mandare tutti componenti della Polizia Municipale, tutti i vigili di (Vicenza) nelle strade e nelle piazze vicino ai (vicentini) e non più solo per fare le multe»; terza missione, «cambiare la mentalità, la cultura di chi lavora negli uffici comunali»; quarta, «migliorare la qualità e la quantità dei servizi che il Comune deve prestare agli anziani, ai bambini, ai disabili»; «la quinta missione è questa: il ruolo del Comune non deve più essere quello di gestore di aziende. Il Comune - è scritto in neretto - deve costare di meno e dare di più ai cittadini». Poi il candidato dovrà leggere il contratto e, concludendo il discorso, affermare (neretto): «Come vedete, abbiamo le idee chiare».

Datemi la vostra fiducia, per una (...) del Buon Governo, della Buona Amministrazione, per una (...) più pulita, più ordinata, più sicura, per una (...) della libertà. Viva (...). Viva Forza Italia. Viva la libertà».

Dovete dire: «Voglio imitare la capacità di realizzare messa in atto dl governo Berlusconi»

”

Un'attenzione particolare, si raccomanda, va dedicata ai