

**IL CORSIVO**



**Enrico Letta**  
VICESEGRETARIO DEL PD

# Voglio un partito che sappia essere anche attraente

La replica a Vincenzo Cerami: «Dire in una intervista che “il Pd deve essere più sexy” non significa affatto allinearsi ai codici di comunicazione, o di comportamento di Silvio Berlusconi»

Il pensiero va subito a lui. Possibile – mi chiedo a caldo leggendo l'articolo di Vincenzo Cerami pubblicato su queste colonne – che in Italia sia difficile parlare di alcunché senza evocare l'immagine di Berlusconi e senza suscitare, anche negli osservatori più autorevoli e brillanti come Cerami, dubbi d'emulazione, intenzionale o inconscia che sia?

Ora è il turno della sensualità e dell'attrattiva. Come se anche questa sfera fosse monopolio esclusivo del premier e della cultura politica che impersonifica – da oltre un quindicennio. Come se affermare in una intervista che «il PD deve essere più sexy» significasse allinearsi ai codici di comunicazione, o di comportamento, di Berlusconi.

**L'obiettivo**

È quello di confermare il consenso di chi ci ha già votato ma al tempo stesso cercare di convincere gli altri. Quelli dai quali siamo stati a lungo percepiti come poco chiari, lontani

**Riflessi pavloviani**

Il premier c'entra solo come riflesso pavloviano: lui e la sua galanteria scomposta sono lontani anni luce dal partito che stiamo finalmente costruendo

Per fortuna (di tutti) non è così. La sensualità e l'attrattiva rimangono nel novero delle qualità che trascendono le appartenenze politiche. E Berlusconi non c'entra. O, meglio, c'entra solo come riflesso pavloviano: lui e la sua galanteria scomposta ritornano giocoforza alla mente, ma sono lontani anni luce dal partito che stiamo finalmente costruendo e dal fatto che, a mio avviso, il PD debba essere, appunto, più sexy. Non più disinvolto, «piacione», ostentatamente pop. Ma semplicemente più attraente, più vicino ai gusti e alle aspettative dei cittadini, più facile da capire e da sostenere.

È una questione di messaggio e di comunicazione. E bene fa Cerami a porla. Rispetto alle



Una giovane coppia all'ex campo di Fossoli il 25 aprile

sue parole non vedo, tuttavia, la contraddizione tra la definizione della nostra visione di Paese e di società e la necessità di comunicarla in modo diverso. Meglio di quanto non abbiamo fatto finora. È soprattutto questo il senso del Progetto Italia 2011 al quale la mia affermazione era riferita. 10 parole chiave per spiegare cosa vogliamo per il futuro del Paese. 10 macrotemi sui quali lavorare per trovare soluzioni sostenibili e serissime da promuovere poi in modo più semplice, evocativo, convincente. Attraente, appunto.

Perché il nostro obiettivo è quello di confermare il consenso di chi ci ha già votato ma al tempo stesso cercare di convincere gli altri. Quelli dai quali siamo stati a lungo percepiti come poco chiari, lontani, grigi, inadatti a dise-

**Strategie senza contraddizioni**

Non vedo la contraddizione tra la definizione della nostra visione di Paese e di società e la necessità di comunicarla in modo diverso. Meglio di quanto abbiamo fatto

**Progetto Italia 2011**

Dieci parole chiave per spiegare cosa vogliamo per il futuro del Paese. 10 macrotemi sui quali lavorare per trovare soluzioni sostenibili e serissime

gnare un'identità nuova nella quale ci si potesse immedesimare davvero. Questo non significa scimmiettare Berlusconi e la sua ansia – spesso corriposta, ahinoi – di piacere a tutti i costi. Vuol dire, piuttosto, metterci in discussione, valorizzare meglio quello che sappiamo fare e avvicinarci a chi, volenti o nolenti, deve votarci.

E se per ottenerlo occorre talvolta utilizzare espressioni a noi desuete ma comuni nel linguaggio della gente, allora facciamolo. La reazione di Cerami all'intervista e l'interesse che essa ha suscitato intorno al nostro Progetto Italia 2011 ci spingono a proseguire su questa strada. ❖