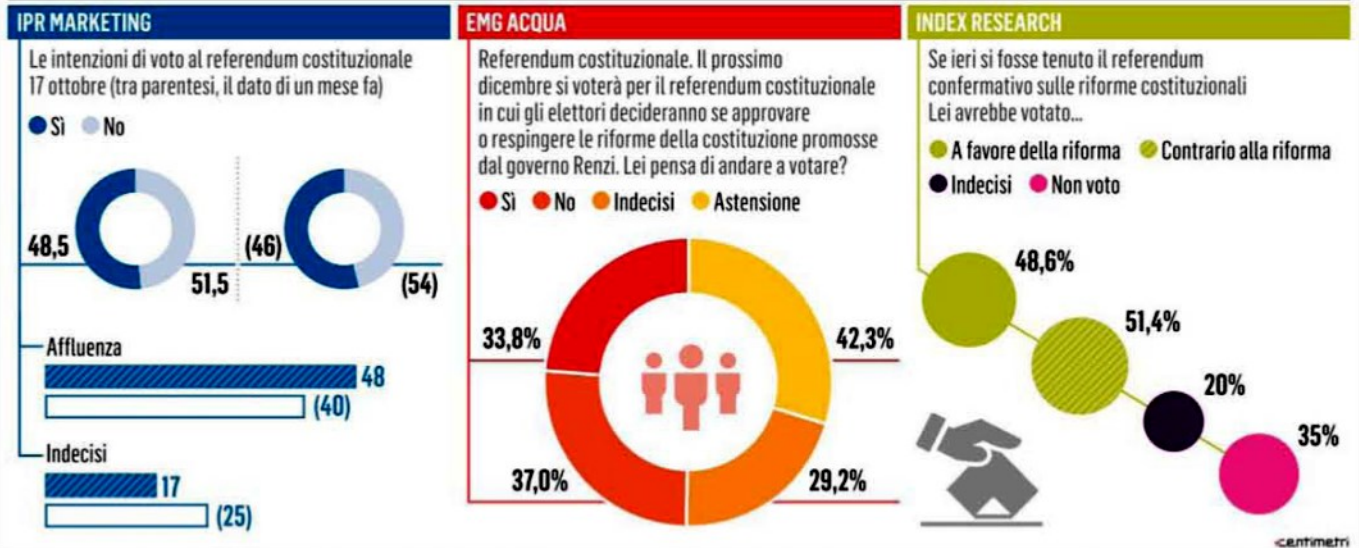


Le ultime rilevazioni



Riforme, svolta dei sondaggi: giù gli indecisi, su i favorevoli

► Le ultime rilevazioni indicano una chiara inversione di tendenza: No avanti, ma in calo

► Anche al Sud si va riassorbendo il fronte dei contrari. Masia: si deciderà ai decimali

PER IPR MARKETING GLI ANTI BOSCHI CALANO IN UN MESE DAL 54 AL 51,5% I SÌ SALGONO DAL 46 AL 48,5%

LA CAMPAGNA DEI COMITATI DEL SÌ FUNZIONA MENTRE IL MESSAGGIO OPPOSTO APPARE TROPPO «POLITICHESE»

ROMA A tre settimane dall'inizio della campagna referendaria ufficiale dopo che il 26 settembre scorso il governo ha annunciato la data in cui gli italiani decideranno il futuro della riforma costituzionale, negli ultimi sondaggi effettuati il Sì ha cominciato a correre e registra un forte recupero sui No, che fino a un mese fa erano in forte vantaggio. Adesso, seppur ancora davanti, hanno bruciato quasi tutto il vantaggio che avevano. E anche al Sud la maggiore contrarietà alla riforma si è quasi tutta riassorbita omologando l'area al resto del Paese. Si va quindi verso uno scontro che, come dice il direttore generale di EMG Acqua, Fabrizio Masia, «si deciderà ai decimali».

Vediamo i numeri. Per EMG Acqua, il Sì alla riforma costituzionale è arrivato al 33,8%, il No è al 37% con indecisi al 29,2% mentre l'astensione segna 42,3%. Per IPR Marketing le intenzioni di voto sul referendum a lunedì scorso vedevano i No al 51,5% rispetto al 54% del 15 settembre scorso mentre i Sì al 48,5% rispetto al 46% del mese scorso con gli indecisi che sono scesi dal 25 al 17%. Infine per Index Research i favorevoli alla riforma sono il 48,6% mentre i contrari sono il 51,4%.

zionale è arrivato al 33,8%, il No è al 37% con indecisi al 29,2% mentre l'astensione segna 42,3%. Per IPR Marketing le intenzioni di voto sul referendum a lunedì scorso vedevano i No al 51,5% rispetto al 54% del 15 settembre scorso mentre i Sì al 48,5% rispetto al 46% del mese scorso con gli indecisi che sono scesi dal 25 al 17%. Infine per Index Research i favorevoli alla riforma sono il 48,6% mentre i contrari sono il 51,4%.

I GIOCHI

Al di là dei singoli sondaggi e dei numeri diversi, la tendenza è per tutti una crescita dei favorevoli. Cosa che per Antonio Noto, direttore di IPR Marketing dipende dal fatto che «in questa prima fase di campagna elettorale, a livello di marketing comunicazionale, la campagna del No di fatto



non esiste mentre quella del Sì è partita bene, è forte e più organizzata. Anche se va detto che comunicare il Sì è più semplice, ha uno slogan facile mentre la campagna del No entra nel politichese e poi è molto polverizzata». Sembrerebbe che il No, una volta che sono partiti i giochi non abbia speranza? «Il No non riesce a fare fronte unico sulla comunicazione e se non si unisce alla fine risulta debole». Un'altra ragione che «sta facendo correre il Sì a passo doppio rispetto al No», spiega Masia di EMG Acqua, «è il restringimento dell'area degli indecisi, che è sceso per la prima volta sotto il 30%. E tra chi ha deciso di andare a votare rispetto al mese scorso si possono individuare tre motivazioni. Innanzitutto è aumentato il tasso di informazione, si sta entrando nel merito della riforma, i comunicatori del Sì si stanno rivelando più efficaci di quelli del No, tra gli indecisi è più fertile l'humus per il Sì rispetto a quello per il No».

LA CAMPAGNA

Nell'ultimo mese, per l'istituto Tecne il Sì ha recuperato un punto sul No, dovuto, per il presidente Carlo Buttaroni, «al fatto che sono aumentate le persone che hanno deciso di andare a votare e di queste la maggior parte si schiera per il Sì. Un effetto della campagna di Matteo Renzi che sta avendo presa quasi esclusivamente sul Pd e sul centrosinistra, con questo referendum che si sta rivelando il più politicizzato degli ultimi anni e non è per nulla trasversale come invece sono normalmente le scelte referendarie». Al contrario, per Alessandra Ghisleri, direttrice di Euro-media Research, «il No persiste e non ci sono grossi spostamenti se non la diminuzione dell'affluenza. Questo calo di affluenza porta a uno spostamento di quella che era la sicurezza di votare Sì e No e spinge molta più gente nell'indecisione. Siccome la campagna in queste ultime settimane sta diventando più presente, questo ha portato le persone che prima si schieravano da una parte o dall'altra ad avere un ragionevole dubbio su cosa sia giusto votare».

Antonio Calitri

© RIPRODUZIONE RISERVATA