

Sul sito 5Stelle la comunicazione istituzionale Raggi solo sul blog di Grillo un affare per la Casaleggio

Simone Canettieri

Arrivano 150 nuovi bus nella Capitale? Beppe Grillo e la Casaleggio Associati ringraziano, anche se difficilmente saliranno sul mitico 64. Oppure: «Roma dichiara guerra al gioco d'azzardo»? Iniziativa meritoria, ma anche qui stesso discorso. Sia il comico sia l'azienda madre si fregano le mani a pensare alla stretta sulle slot dell'amministrazione. È una questione di clic, e quindi di soldi.

A pag. 13

Raggi solo sul blog di Grillo e la Casaleggio ci guadagna

- Il sindaco ha scelto il sito dei 5Stelle per la comunicazione istituzionale
- Così aumentano i clic e il valore delle inserzioni. Ignorato il canale del Comune

**OGNI MILLE
VISUALIZZAZIONI
LA PIATTAFORMA
DEL FONDATORE
INCASSA 30 CENT
A BANNER
IL CASO**

ROMA Arrivano 150 nuovi bus nella Capitale? Beppe Grillo e la Casaleggio Associati ringraziano, anche se difficilmente saliranno sul mitico 64. Oppure: «Roma dichiara guerra al gioco d'azzardo»? Iniziativa meritoria, ma anche qui stesso discorso. Sia il comico sia l'azienda madre si fregano le mani a pensare alla stretta sulle slot dell'amministrazione. È una questione di clic, e quindi di soldi. Da quando si insediò in Campidoglio con un memorabile video dell'ufficio («Vedete, questa è la casa di

tutti i romani») Virginia Raggi comunica la propria attività da sindaco della Capitale scegliendo la piattaforma del Capo (www.beppegrillo.it che poi rimanda anche al nuovo blog delle stelle) e lo fa a discapito del sito del comune di Roma. Obbligando, chi fosse interessato a seguirne l'attività via social, a ingrassare il traffico del sacra piattaforma.

GLI INCASSI

In questo modo «Virginia» aumenta gli utenti unici e le pagine visualizzate. Una mano non da poco alla casa madre. Perché da questi dati dipendono variabili importanti per «l'oracolo del M5S» che ultimamente non se la passa molto bene a contatti. Passati (dati Audiweb) da 1 milione di utenti al mese (rilevazione agosto 2015) a circa 420mila (rilevazione agosto 2016). Sicché il traffico che produce la

Raggi con le comunicazioni istituzionali fa alzare, in quota parte, il valore dei banner pubblicitari che si trovano sul blog. Ieri per esempio ce n'erano sette. Secondo una stima di mercato, molto al ribasso, mille visualizzazioni (che non devono essere per forza dei clic) fruttano 30 centesimi. Ieri i banner erano sette: quindi 2 euro e dieci centesimi per ogni mille pagine visitate sul blog, dove la sindaca di Roma continua a postare notizie non politiche ma soprattutto istituzionali. Come appunto



l'arrivo dei 150 autobus a Roma.

L'ACCUSA

«Un'attività discriminatoria nei confronti dei cittadini di diverso orientamento politico non utenti di quel Blog», scrive Michela Di Biase, capogruppo del Pd, in un'interrogazione che depositerà oggi per capire, tra le altre cose, il tornaconto economico di questo *clickbaiting* istituzionale. Il primo caso scoppiò la scorsa estate il giorno della prima seduta in consiglio comunale, quando con un link su Twitter (dove è seguita da 122mila follower a cui si aggiungono gli oltre 700mila seguaci su Facebook) invitò il web a gustarsi la diretta streaming del debutto del M5S in Campidoglio attraverso il blog del Capo. Senza nominare il sito del Comune che da anni trasmette, minuto per minuto, tutte le sedute dell'Aula Giulio Cesare. Ma perché questa attenzione - «seppur contro voglia» ammette un fedelissimo - della sindaca di Roma verso il business della Casaleggio associati?

IL RAFFRONTO

A Torino, Chiara Appendino, limita al minimo gli interventi

sul blog. Che sono solo politici o di condivisione. Le iniziative istituzionali finiscono sul sito personale del sindaco della Mole. Con Raggi non è così per via nel famoso contratto cucitole su misura per il voto a Roma (quello con la multa da 150mila euro).

Ai punti 4 e 5 si legge, infatti, che «lo strumento ufficiale per la divulgazione delle informazioni e la partecipazione dei cittadini è il sito <http://www.beppegrillo.it/list>». E non solo: «Sindaco, assessori e consiglieri del M5S dovranno informare gli iscritti al Movimento 5 Stelle e, più in generale, gli elettori con cadenza periodica (non meno di una volta al mese) mediante la pubblicazione di video sul canale YouTube del Movimento 5 Stelle». In poche parole, da contratto, e un po' come se i diritti d'immagine della sindaca fossero gestiti - o almeno vincolati - dal blog e quindi dalla Casaleggio associati. Che ne traggono in maniera indiretta un profitto economico. E così il Campidoglio si è trasformato in poco tempo da casa di vetro a juke boxe di un'azienda privata di Milano. Questioni di clic.

Simone Canettieri

© RIPRODUZIONE RISERVATA