

# Guru e slogan, parte la battaglia social Così i big sfidano M5S sul suo terreno

Senza fondi pubblici, addio ai manifesti «sei per tre». E anche Berlusconi punta sul web

di **Tommaso Labate**

**ROMA** «Decine di migliaia di condivisioni per la foto da McDonald's, milioni di visualizzazioni per il video degli agnellini. Siamo gli unici che hanno vinto sommando Gianfranco Fini e Umberto Bossi, siamo gli unici che possono tornare a fare il risultato sommando carnivori e vegetariani...». Nel celebre studiolo di Arcore adesso vanno in scena anche i summit per la pianificazione degli interventi sui social network. Berlusconi, che a lungo li aveva considerati «diavolerie» buone a tutto fuorché ad acchiappare voti, si è tuffato a capofitto nel mondo di Facebook e Twitter. Pronto a combattere ad armi pari con le strutture che fanno capo a Renzi, a Salvini, alla Casaleggio associati.

E dire che tutto è nato quasi per caso. A metà novembre scorso, poco prima del referendum costituzionale, la cerchia ristretta del berlusconismo decise di potenziare la presenza di Berlusconi sui social network per «finire più facilmente», e senza spostamenti da uno studio tv all'altro, nei programmi e nei tg. Da allora, l'«area social» dell'ex premier

è stata sempre più potenziata. E chi la cura, il deputato Antonio Palmieri, guru del web azzurro per anni inascoltato (o poco ascoltato) ad Arcore, ha acquisito una sua centralità nella comunicazione forzista.

Con Berlusconi di nuovo in campo e le altre squadre al completo, inizia la guerra del web. La prima campagna elettorale senza il finanziamento pubblico ai partiti sarà la prima che vedrà scomparire (o quasi) i mitologici «sei per tre» che hanno scandito le campagne elettorali della Seconda repubblica. In attesa di decidere a chi affidare il dossier «comunicazione» della segreteria Pd (in pole Benedetta Rizzo) Renzi rivoluziona la comunicazione web. Tra app, profili personali e del partito, al Nazareno hanno messo su un vero e proprio palinsesto. Che inizia la mattina col programma «Ore 9» e si chiude la sera, con «Terrazza Pd». In campo, Alessio de Giorgi, ex responsabile della comunicazione digitale ai tempi di Palazzo Chigi, che con una gaffe (si era collegato con il profilo sbagliato) ha svelato di essere l'uomo che controlla anche le pagine «Matteo Renzi news»,

finite sotto accusa per il parallelo tra Renzi e Totti.

E anche Franco Bellacci, che lavora con il leader pd fin dai tempi di Firenze. In questo pacchetto di mischia è tornato ad affacciarsi anche Filippo Sensi, oggi a Palazzo Chigi con Gentiloni. Mentre a Simona Ercolani, che aveva gestito la comunicazione del referendum, è rimasto soltanto l'avamposto di «In cammino», una serie di pagine (più sito internet) usate dai renziani durante l'ultimo congresso.

Sulla scia dei battistrada M5S, capifila delle campagne web, ci si è messo — e da tempo — anche Matteo Salvini. Dietro la strategia «social» del leader leghista c'è Luca Morisi, che su Twitter si presenta come «digital philosopher» e «social megafono». Di lui si è interessato di recente anche «Report», che ha individuato la sua società Sistema Intranet tra i fornitori di alcune Asl lombarde. Non c'è emanazione del pensiero salviniano sulla Rete che non abbia il sigillo del quarantunenne mantovano. A cui molti hanno già predetto la dolce sorte di uno scranno a Montecitorio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La legge

● Nel febbraio 2014 è stata approvata la legge che ha abolito il finanziamento pubblico ai partiti. Approvata con il governo Letta e osteggiata dal M5S, che ne voleva una più stringente, è andata a regime nel 2017

● Al posto dei rimborsi elettorali (per circa 60 milioni l'anno), la legge ha previsto le contribuzioni volontarie, da parte di militanti e sostenitori, attraverso il loro 2 per mille dell'Irpef

● È stato calcolato un tetto massimo di contributi fissato per il 2017 in 45,1 milioni di euro



**I volti****Attivista**

Alessio De Giorgi, 48 anni, giornalista, è stato fondatore e direttore di *Gay.it*. È entrato nello staff di Matteo Renzi nel maggio 2016 per la sua esperienza nella comunicazione politica. Ha fatto parte nel 2007 della prima assemblea nazionale del Pd. Nel 2013 si era candidato al Senato con Scelta civica di Mario Monti

**Ex regista**

Antonio Palmieri, 56 anni, con trascorsi in Poste italiane, è stato regista per Radio Rai e produttore esecutivo a Rti, dal 1993 lavora in Forza Italia occupandosi di comunicazione e segue tutte le campagne elettorali di Silvio Berlusconi. Deputato, dal 2014 è responsabile internet di FI



**Filosofo**

Luca Morisi, 44 anni, è docente all'Università di Verona, dove insegna Informatica filosofica. È stato fondatore della società mantovana Mediatechs, nel 2001 assume la carica di consigliere di Tea spa e nel 2009 diventa titolare di Sistema Intranet. Dal 2013 è social media strategist di Matteo Salvini