

# Nel Pd slogan e comizi “modello Obama”

## il caso

AMEDEO LA MATTINA  
ROMA

La campagna elettorale  
scalda i motori

**M**odello Obama». Nel loft di Piazza Santa Anastasia ormai si pensa alla campagna elettorale e gli strateghi della comunicazione guardano alle primarie americane per calibrare idee e messaggi. Ed è il Democratico Barack Obama il campione da tradurre in salsa italiana. Ovviamente Veltroni, che ha sempre dichiarato la sua preferenza per il candidato afroamericano, non pensa di importare lo slogan «Change, we can be-

lieve in» (Cambiamento: possiamo crederci), ma concetti simili. Il «giovane contro il vecchio», il nuovo Pd a fronte del caravanserraglio che Berlusconi si trascina dietro. Soprattutto messaggi in positivo: la promessa e la speranza che il Paese ce la può fare, che può unirsi, superare le divisioni, l'odio tra opposte fazioni. «Obama - spiega Ermete Realacci, che è il responsabile comunicazione del Pd - insiste nel dire che non esistono Stati rossi, blu o neri: c'è l'America. Anche per noi deve valere questa impostazione: non c'è un'Italia divisa in base ai colori politici o agli interessi di parte, ma solo una «Grande Italia».

La macchina organizzativa del Pd è già in moto. Nel quartier generale dei Democratici si nutrono poche speranze che il tentativo di Marini vada in porto. C'è poco tempo a disposizione se si vota ad aprile. E allora via alle riunioni organizzative, all'acquisto degli spazi pubblicitari, alle grandi manovre contro l'«Armata Brancaleone»

di Berlusconi e i suoi «nanetti professionisti dei veti», le stesse facce uscite da «una fotografia ingiallita». «Quella di Mastella - sorride Realacci - ci aiuterà molto al Nord...». Una battaglia che vedrà mobilitati un milione e duecentomila nuovi iscritti, ma che avrà bisogno di molti soldi. E qui veniamo alle dolenti note. La cassa del finanziamento pubblico ce l'hanno in mano gli ex tesoriери dei Ds e della Margherita, Sposetti e Lusi: i capi dei vecchi partiti hanno in mano questa arma per condizionare Veltroni nella formazione delle liste elettorali e non farsi falcidiare. Ma il tesoriere del Pd Agostini confida che quando si va alla «guerra» questi problemi si superano.

Il «valore aggiunto» della campagna elettorale sarà il coraggio di correre da soli. Dovrà emergere chi fa gli interessi dell'Italia e chi pensa alle poltrone come Berlusconi, Casini, Fini e Bossi che hanno impedito di fare le riforme. Poche ma fondamentali priorità. «Cinque o sei - spiega la vicecapo-

gruppo del Pd Marina Sereni - da indicare in maniera netta. Per esempio le missioni militari sostenute dalle organizzazioni internazionali di cui l'Italia fa parte devono essere sostenute. Le grandi infrastrutture, compresa la Tav, sono necessarie allo sviluppo e alla modernizzazione». Su queste priorità si faranno le alleanze, altrimenti ognuno per la propria strada. Veltroni offre il suo progetto a Tabacci, Baccini e Pezzotta. Lo sta facendo attraverso l'ambasciatore Marco Follini. «Chi si è bruciato i vascelli alle spalle non può che guardare verso il Pd che annuncia un nuovo assetto politico». «Al momento opportuno - aggiunge Giorgio Tonini - ragioneremo con loro. Noi siamo impegnati a superare il bipolarismo coatto: i sospetti di Tabacci e Pezzotta saranno dissolti quando vedranno che il Pd non sarà alleato con la sinistra massimalista». I promotori della «Rosa bianca» ora dovranno farsi due conti: se riusciranno a trovare forti compagni di viaggio (Montezemolo e Monti per esempio), tenteranno l'avventura solitaria. Altrimenti dovranno decidere se allearsi con il Pd oppure candidarsi nelle liste dell'Obama italiano.

### LA STRATEGIA

Come Barack  
Obama il messaggio è che  
si può cambiare

### L'ARMA DEI SOLDI

I tesoriери Ds e Dl  
cercano di condizionare  
la formazione delle liste

