

# Pd, obiettivo 500 mila iscritti

## Letta: "Ridare valore alla tessera"

Il segretario dem anticipa a Repubblica la nuova campagna di adesioni, lanciata con il contributo delle vignette di Ellekappa Pronto un tour: "L'idea è toccare tutte le regioni Appartenenza e militanza, una cosa antica da interpretare in modo moderno"

**Impulso anche alle iscrizioni digitali**  
**Resta il nodo delle amministrative**  
**Tensione a Bologna per la minoranza che sostiene la candidata renziana**  
 di Giovanna Vitale

**ROMA** – Due donne stilizzate su fondo bianco, inconfondibili nel tratto. «Dai, vieni nel Pd», esorta una; «Potrai ammirare la nostra collezione di segretari», fa eco l'altra. Punta tutto sull'ironia, esaltata dalle irresistibili vignette di Ellekappa, la campagna di tesseramento del Partito democratico che per il 2021, anno primo post pandemia, Enrico Letta ha voluto spiritosa e accattivante per centrare il bersaglio grosso: mezzo milione di sottoscrizioni. Centomila in più delle attuali; cinque volte quelle della Lega. Dovendo faticare non poco per convincere i "compagni" che scherzare sui propri limiti, a cominciare dal forsennato turnover di leader, 9 in appena 14 anni di vita, fosse il modo migliore per guardare al futuro «con occhi nuovi» recita lo slogan della campagna impersonata da una ragazza – altro gentile omaggio della disegnatrice satirica – che alza la tessera dem come fosse un trofeo

e al posto delle orbite ha due bandiere della Ue. Scelta simbolica niente affatto casuale.

Oggi, data di inizio del tesseramento, è infatti la Festa dell'Europa, «quest'anno particolarmente importante perché venerdì a Porto è finalmente nata l'Europa sociale sognata da Delors e Prodi», riflette il segretario. Ma il 9 maggio è anche l'anniversario dell'assassinio di Aldo Moro e di Peppino Impastato da parte della mafia, due figure essenziali nel campo democratico che Letta si propone di ricostruire e soprattutto allargare. Perché «il Pd o è partito di popolo o non è», ha scritto nella lettera agli iscritti. Che non sono pochi, anzi. Ma vanno coinvolti di più, tramutati nel motore di questo processo di rigenerazione.

Ci crede moltissimo, il segretario. «Il tesseramento è l'inizio del percorso verso il partito che ho in mente», spiega: «Una cosa antica che vorrei reinterpretare in chiave moderna, ribadendo però che identità, militanza e appartenenza – specie nella stagione della politica fluida – restano pilastri della nostra comunità». Tutt'altro che una passeggiata. «Negli ultimi tempi ho come l'impressione che iscriversi a un partito abbia perso valore, noi dobbiamo restituire senso a questa scelta», insiste Letta. «E il digitale ci potrà aiutare: fare sottoscrizioni online, riunirsi sulle piattaforme anziché in presenza, attivare forme di consultazione permanente come avverrà

con le Agorà democratiche ci darà l'opportunità di aumentare le adesioni e le occasioni di stare insieme, rivoluzionando anche il rapporto centro-periferie. Il Pd deve diventare il partito dell'ascolto e dell'intelligenza collettiva».

Intanto ci sarà però da recuperare il terreno perduto causa Covid. «La campagna 2020 si è chiusa il 30 aprile, stiamo facendo gli ultimi calcoli», riassume il responsabile Organizzazione Stefano Vaccari, «ma sarà difficile registrare gli stessi numeri del 2019 quando, senza la pandemia e sull'onda delle primarie vinte da Zingaretti, il Pd fece 412mila tessere». Al costo di 15 euro l'una, fa più di 6 milioni: un bel gruzzolo, oltretutto. Performance che tuttavia al Nazareno contano di eguagliare e addirittura superare grazie a tre elementi: l'effetto Letta che già si vede nei sondaggi, il rinnovato protagonismo dei circoli, la spinta decisiva delle Agorà, che da luglio a dicembre spalancheranno le porte e le finestre del Pd a chiunque voglia semplicemente affacciarsi.

Trasformarlo in un «partito em-



patico», cioè più attrattivo, non sarà impresa facile. Convertire alla tecnologia il corpaccione anziano della base dem, nemmeno. Ma il segretario è convinto di poterci riuscire mixando vecchi riti e nuovi costumi. Appartiene alla prima categoria il “giro d’Italia” che dovrebbe essere inaugurato il 2 giugno, festa della Repubblica. «Ovviamente solo se le misure di contenimento lo consentiranno», precisa. Sarà il suo debutto da segretario nelle contrade del Paese. «L’idea è stare un mese in tour, cercando di toccare tutte le regioni», così da promuovere sia il tesseramento, sia le Agorà.

Nel frattempo, verrà anche lanciata una campagna di azionariato popolare per Radio Immagina, l’emittente pd che trasmette solo sul web. «Credo molto nella radio come strumento di dialogo e di partecipazione», insiste Letta, «ma per potenziare l’infrastruttura servono risorse». Il progetto è piuttosto ambizioso: reclutare firme del giornalismo e voci della cultura, dello spettacolo, dell’arte per arricchire il dibattito politico.

Una somma di sfide al limite del possibile, sullo sfondo della partita più esiziale di tutte: le amministrative. È lì che si giocherà il destino di Letta. A Bologna, dove il Pd si è spaccato, con un pezzo di Base riformista che alle primarie ha deciso di sostenere la candidata renziana. A Roma, dove la probabile corsa di Zingaretti contro Raggi ha mandato in crisi il M5S. E poi a Napoli e Torino, ancora in alto mare. Se il centrosinistra vince, il nuovo Pd va avanti. Se perde, il rischio è che torni tutto in discussione.