

L'INTERVISTA

Ghisleri: "La credibilità che manca alla politica"

FRANCESCA SCHIANCHI

Del discorso fatto ieri dal premier davanti alla platea del Meeting di Rimini, la presidente di Euromedia research Alessan-



dra Ghisleri nota subito un aspetto: «Ha parlato di giovani ai giovani. Di futuro, di speranza. Cosa che la politica non riesce a fare: continua ad affidarsi a "sempre giovani" col risultato che, nelle nostre rilevazioni, i ragazzi non fanno che dirci "nessuno si occupa di noi"». - PAGINA 3

L'INTERVISTA

Alessandra Ghisleri "La forza del premier è di essere credibile. Ora i partiti siano sinceri"

La presidente di Euromedia Research: un errore fare promesse roboanti il confronto tra Letta e Meloni serve solo ad accendere le tifoserie

ALESSANDRA GHISLERI
SONDAGGISTA E PRESIDENTE
DI EUROMEDIA RESEARCH



All'inizio del governo aveva fiducia in Draghi un italiano su due e lui poi ha mantenuto percentuali simili

Nelle rilevazioni di inizio agosto il bacino degli indecisi era di circa il 40%. Molti non andranno a votare

FRANCESCA SCHIANCHI

Del discorso fatto ieri dal premier davanti alla platea del Meeting di Rimini, la presidente di Euromedia Research Alessandra Ghisleri nota subito un aspetto: «Ha parlato di giovani ai giovani. Di futuro, di speranza. Cosa che la politica

non riesce a fare: continua ad affidarsi a "sempre giovani" col risultato che, nelle nostre rilevazioni, i ragazzi non fanno che dirci "nessuno si occupa di noi". Lui, invece, sa parlarci».

Benché non sia anagraficamente "un giovane"?

«La sua forza è che non cerca consenso, non cerca di irretire chi lo ascolta. Questo gli dà una grande credibilità: dà l'idea di qualcuno che non ha bisogno di mentire o fare promesse roboanti».

È la forza di un tecnico che non si è candidato e non chiede voti, no?

«Ricorda il discorso al Senato, un mese fa? Sostanzialmente disse: io sono così, faccio queste cose, se non va bene me ne vado. Una chiarezza che lo rende credibile».

Per un mese dopo la caduta del governo è stato praticamente assente. Ieri la sua ricomparsa ha monopolizzato la giornata politica. Tornerà a essere protagonista nonostante non sia candidato?

«In realtà era sparito mediati-

camente, poi però ogni tanto si leggeva di un Consiglio dei ministri convocato, un decreto varato... La verità è che gli italiani sanno che sotto sotto lui c'è ancora».

Continua ad avere un tasso di gradimento alto?

«All'inizio del governo aveva fiducia in lui quasi un italiano su due, e più o meno ha sempre mantenuto percentuali simili. C'è stata una fase più complicata, ma registrammo di nuovo una risalita dopo il viaggio negli Stati Uniti e l'incontro con Biden, quando si era diffusa l'impressione di una certa deferenza verso gli Usa in politica estera e lui andò a mettere in chiaro la posizione italiana. A quel pun-



to si è sempre aggirato tra il 50, 52, 55 per cento».

Pesa ancora l'esperienza del suo governo?

«Vede, questo discorso arriva un paio di giorni dopo la consegna delle liste elettorali, momento in cui la politica non ha dato un esempio bellissimo: non si è fatto che discutere di spartizione di posti sicuri. Mentre la politica si comporta così, arriva un discorso del premier molto alto, rassicurante, "ce la possiamo fare", ma senza promesse mirabolanti. Stride il confronto tra una politica che si occupa di posti e un uomo che con grande autorevolezza ti racconta che ce la possiamo fare».

Se il premier è ancora così amato, rischia di essere una sorta di spettro che aleggia sulle elezioni?

«Sarà probabilmente una sorta di benchmark, di pietra di paragone. Gli elettori faranno un confronto tra lui e il suo governo e le proposte che vengono fatte dai partiti».

I partiti che lo hanno fatto cadere ne pagheranno un prezzo nelle urne?

«La memoria elettorale è breve. Dipende da come le forze politiche sapranno affrontare il mese che abbiamo davanti».

In che senso?

«Quello che è successo a luglio ha scontentato tanti, ma ora quello che conta è come i partiti politici, anche quelli responsabili della sua caduta, vogliono presentarsi agli elettori. Quale modalità sceglieranno: se opteranno per promesse difficilmente realizzabili o per la sincerità della dura realtà».

Per il momento la campagna elettorale è apparsa molto polarizzata, con forti scontri tra Letta e Meloni. A chi giova?

«Demonizzare l'avversario non porta mai al risultato sperato. Il confronto tra Letta e Meloni è il più semplice per loro, perché sono talmente lontani che è facile sottolineare le differenze. Ma si rischia di accendere le tifoserie e galvanizzare i già convinti».

Il rischio è lo scontro per lo scontro senza parlare di proposte?

«Servirebbe mettere a confronto le diverse visioni del Paese. Per il centrodestra, che bene o male sta insieme da trent'anni, è più facile riassumere una visione comune. Per il centrosinistra, che ha vissuto varie evoluzioni, forse è invece più semplice raccontare chi è l'altro più che parlare di sé».

Le polemiche di questi giorni che hanno investito Giorgia Meloni, dalla pubblicazione del video dello stupro di Piacenza all'uso del termine "devianze" per indicare anche obesità o anoressia, possono avere un impatto sulla campagna?

«Penso si rientri nel campo delle tifoserie: chi vuole proteggere il proprio leader troverà sempre una giustificazione a tutto, anche agli errori. Più che spostare voti penso possano dare indicazioni su quanti stanno da una parte o dall'altra».

Gli elettori sanno guardare oltre il tentativo di polarizzazione?

«Gli elettori sanno andare oltre e vedono tutti gli attori in campo, ma bisognerà vedere se, al momento del voto, scatterà il meccanismo del voto utile. In questo senso si spiega la polemica di alcuni partiti contro l'ipotesi di confronti tv solo a due».

Il bacino degli indecisi resta molto ampio?

«Nelle rilevazioni di inizio agosto era di circa il 40 per cento. Molti di questi pensano non serva proprio andare a votare, non si fidano di nessuno. Altri sono alla ricerca, e la cosa strana che ho notato è che spesso sono indecisi tra leader con profili molto diversi tra loro: che ne so, indecisi tra Calenda e Meloni».

Quali sono gli argomenti che possono convincere questi indecisi?

«I temi che toccano la loro quotidianità. Si fanno domande sulla loro vita di tutti i giorni e chiedono alla politica delle risposte». —