

La strategia politica

Martina Carone | @Martina_Carone

Alcuni esempi?

- Comunicazione elettorale
 - Comunicazione pubblica
 - Comunicazione istituzionale
 - Marketing politico
 - Comunicazione efficace
 - Comunicazione non verbale
- ...e via così all'infinito!

Cos'è una strategia?

Proviamo?



Cos'è una strategia?

Treccani

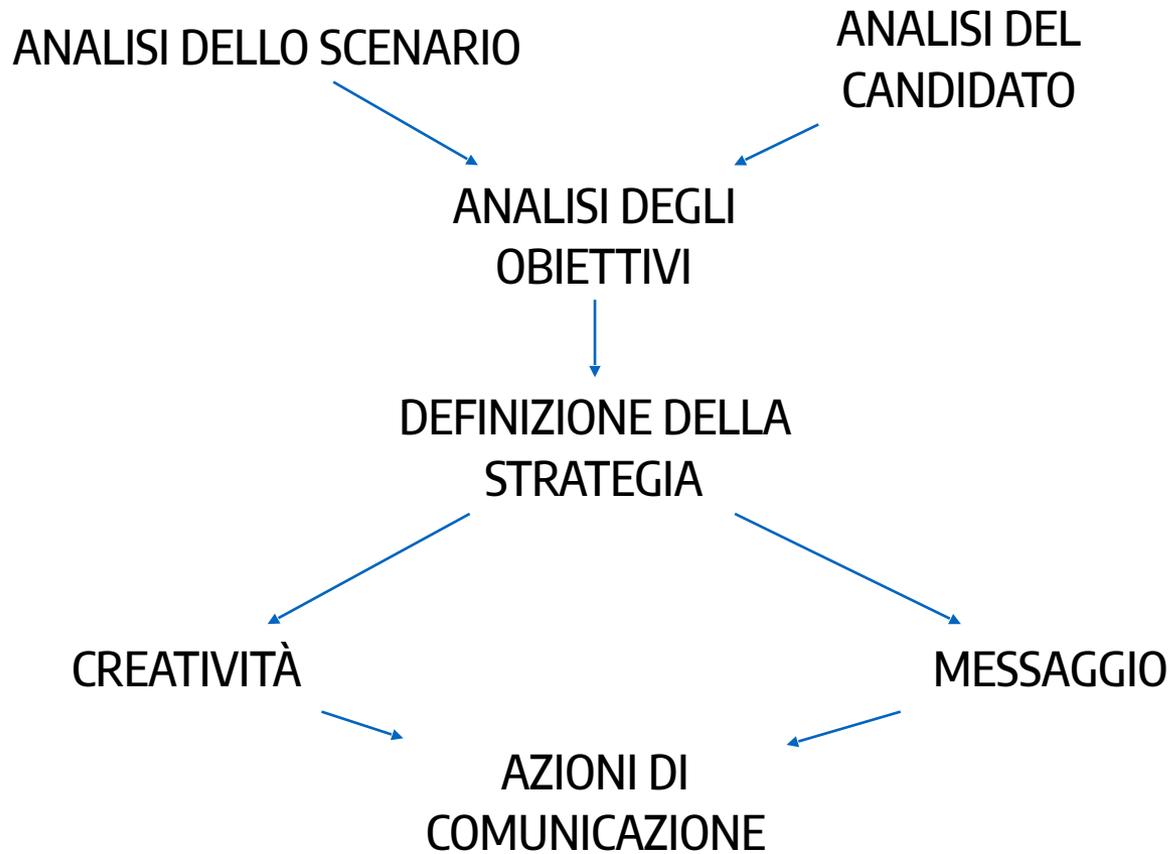
2. estens. e fig. **a.** La tecnica di individuare gli obiettivi generali di qualsiasi settore di attività pubbliche e private, nonché i modi e i mezzi più opportuni per raggiungerli: (s. politica, economica, sociale; la s. elettorale di un partito)

!!! DISCLAIMER !!!

Attenzione!

Non esistono strategie giuste o sbagliate.

Esistono strategie efficaci o inefficaci.



- Dove mi candido (piccolo comune, grande comune, Regione, circoscrizione macro-regionale, scala nazionale)?
- Qual è il clima d'opinione prevalente nella cittadinanza (disillusione, fiducia, voglia di cambiamento, richiesta di continuità...)?
- Ci sono temi più salienti di altri (sicurezza, immigrazione, crisi economica, costi della politica)?
- Quanti e quali sono i miei avversari (le alleanze, le liste, la notorietà, l'età, il profilo personale e politico)?
- Si vota anche altrove nello stesso giorno (es. elezioni comunali/regionali insieme a europee)?

	POSITIVI	NEGATIVI
INTERNI	STRENGTHS (Punti di forza)	WEAKNESSES (Punti di debolezza)
ESTERNI	OPPORTUNITIES (Opportunità)	THREATS (Minacce)

- Qual è il mio obiettivo?
- Quanti voti mi servono per raggiungerlo?
- Quali sono i territori in cui posso raggiungere un distacco importante?
- In che posizione devo arrivare?

L'importanza del **MESSAGGIO**

Cos'è il messaggio?

La **risposta** alla domanda “perché dovrei votare per te?”

Faucheux	Carville	Séguela
Qualità e difetti	Semplicità	Persona, non partito
Differenze ideologiche	Rilevanza/Pertinenza	Idee, non ideologie
Situazioni generali di contesto	Ripetizione	Futuro, non passato

“

- Cambiamento / continuità
- Ribaltamento / accreditamento
- Negative positioning
- Mobilitazione
- ...e i giochi di parole (sensati?)

”

“



”

“



”

“



”

“



**CAGLIARI,
LA DIFFERENZA
SI VEDE.
AVANTI INSIEME.**

**MASSIMO
ZEDDA
SINDACO**

**ELEZIONI COMUNALI
5 GIUGNO 2016**



”

“



”

“

IL PALAZZO

LA STRADA

Conoscere il prezzo di un litro di latte,
usare i mezzi pubblici, fare la fila alla posta.
Tre ottimi modi per **costruire**
un programma di Governo.

Renzi
L'ITALIA CAMBIA VERSO.
www.matteorenzi.it #cambiaverso

”



MESSAGGIO



POSIZIONAMENTO

Il posizionamento politico è lo spazio che occupiamo.

Sono le caratteristiche che ci differenziano da tutti gli altri.

Quando ci si candida a sindaco, è facile trovare uno spazio libero.

Quando ci si candida al consiglio regionale, ci sono decine di candidati nella nostra circoscrizione. E molti nella nostra stessa lista. Dobbiamo trovare le caratteristiche che ci rendono unici e distinguibili da tutti: bisogna differenziarsi, trovare le proprie specificità, trovare il proprio spazio.

Esempi di posizionamento:

CARATTERISTICHE UNICHE DEL CANDIDATO

- Il candidato sostenuto dalla lobby dei cacciatori
- Il candidato sostenuto dalle associazioni animaliste
- Il candidato più giovane
- Il candidato di una precisa area politica
- Il candidato del mondo del volontariato

Esempi di posizionamento:

CREDIBILITÀ

- L'esperienza
- La competenza
- Una battaglia tematica portata avanti per anni

Il posizionamento

Esempi di posizionamento:

- Veterinario
- Attivo nell'associazionismo
- Una vita in Africa (e due figli adottivi)

Il concetto di «cura» riassume tutto questo



Esempi di posizionamento:

- Dieci anni sindaco di un piccolo comune (e altri dieci da assessore)
- Molto amato nella sua zona

Il concetto di «conoscenza» e di «fiducia personale» fa la differenza: tutti possono giocarlo ma lui è particolarmente credibile



Esempi di posizionamento:

- Candidato della «sinistra» (ex segretario dei Ds)
- Cinque anni da consigliere regionale con battaglie tematiche (sanità-beni comuni)

La forza richiama la capacità di far politica, il richiamo ai deboli lo posiziona a sinistra.

CLAUDIO RIZZATO
LA FORZA DALLA PARTE DEI DEBOLI

“Sanità, lavoro, ambiente. Diritti da difendere con forza.”

PD
Partito Democratico

web www.claudiorizzato.eu
email info@claudiorizzato.eu

IL 28 MARZO ELEZIONI REGIONALI

Rizzato

**Il 28 e 29 marzo
vota Rizzato**

The image is a campaign poster for Claudio Rizzato. It features a portrait of Rizzato, a middle-aged man with a mustache, wearing a dark suit and tie. The text is in bold, sans-serif fonts. At the top, the name 'CLAUDIO RIZZATO' is in red, followed by the slogan 'LA FORZA DALLA PARTE DEI DEBOLI' in white. Below the portrait, there is a quote in white: 'Sanità, lavoro, ambiente. Diritti da difendere con forza.' To the left of the portrait is the PD logo (a green 'P' and a red 'D' with a white outline) and the text 'Partito Democratico'. At the bottom left, there is a small graphic of a ballot box with the name 'Rizzato' and a hand pointing to it. At the bottom right, the text 'Il 28 e 29 marzo vota Rizzato' is written in white. Contact information (website and email) is also present.

Esempi di posizionamento:

- La candidata più giovane
- Renziana, ma fuori dalle correnti e percepita come «nuova»

Sia il claim, sia il visual, sia la foto (in cui non guarda in camera) esprimono un grande senso di freschezza e novità



Esempi di posizionamento:

- Candidata della «sinistra» con un messaggio forte sui diritti
- Impegnata nelle pari opportunità

Il rosa richiama un messaggio molto femminile, così come la parola «tutti», il centro del claim, parla di diritti.



Il posizionamento

Esempi di posizionamento:

- Sindaca di un piccolo paese
- Ha cresciuto la figlia da sola, sa lavorare la terra, carattere molto forte e parlantina molto schietta

Il posizionamento punta tutto sulla concretezza e sul suo carattere.



Come si prendono le preferenze?

NON DOBBIAMO PUNTARE AL 50%+1, MA AD UN NUMERO SUFFICIENTE DI PREFERENZE.

PER FARE QUESTO DOVREMO PARLARE A NICCHIE (CHI VI SEGUE? A CHE MONDI APPARTENETE?) E NON “ACCONTENTARE” TUTTI.

SCEGLIETE DEI TEMI SU CUI VI SENTITE PIÙ SICURI, E IDENTIFICATE TRE PROPOSTE IN MERITO. POI SOTTOPONETELE AI MONDI A CUI VI RIVOLGETE.

GIRATE SEMPRE CON UN TACCUINO O UN'AGENDINA. SE UN POTENZIALE ELETTORE VI CHIEDE UN COMMENTO O UNA POSIZIONE RIGUARDO UN TEMA DI CUI VI OCCUPATE, RISPONDETEGLI E CHIEDETEGLI I RIFERIMENTI (SOPRATTUTTO LA MAIL!)

SE INVECE VENITE SOLLECITATI SU TEMATICHE SU CUI SIETE MENO SICURI, APPUNTATEVI I RIFERIMENTI E POI DATE SEGUITO RISPONDENDO ALLA RICHIESTA IN UN SECONDO MOMENTO.

NON DOVETE SAPERE TUTTO, NON SIETE CANDIDATI PRESIDENTE. DOVETE (FARCI) RICORDARE.

PREPARATE UN FOGLIO EXCEL CON NOMI, COGNOMI, INDIRIZZI E RIFERIMENTI DI CHI POTREBBE VOTARVI TRA I VOSTRI CONOSCENTI.

SEGNATE CHI AVETE CONTATTATO E CHI INVECE DOVETE ANCORA SENTIRE, COSÌ COME CHI VI HA DETTO CHE VI VOTA E CHI NO.

AI FEDELISSIMI, CHIEDETE DI DISTRIBUIRE MATERIALE.

RICORDATEVI: SI DICE CHE AVRETE UN VOTO OGNI 7 PERSONE CHE VI PROMETTONO DI VOTARVI, QUINDI NON SARA' FACILE!

Come raggiungere le nicchie?

Scelta dei canali

Quali social?



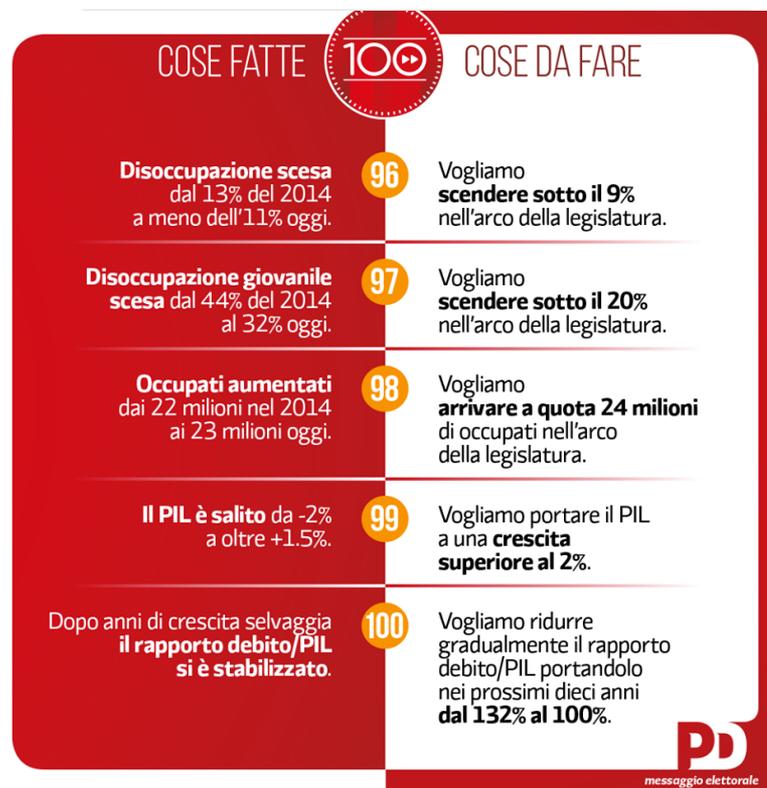
1. CANALE DI INFORMAZIONE (INFORMAZIONE UTILE / AGENDA / POSIZIONAMENTO / DIVULGAZIONE DEL PROGRAMMA)
2. SPAZIO DI CONFRONTO
3. STRUMENTO DI MOBILITAZIONE (CTA / GOTV)



1. SI VOTA! PERCHÉ / QUANDO / DOVE
2. C'È UN CANDIDATO CHE SOSTENETE - FARLO CONOSCERE, FARLO SOSTENERE
3. SIETE CANDIDATI - FARVI CONOSCERE, FARVI RICONOSCERE



1. DOVE SIETE STATI, DOVE SIETE E DOVE SARETE
2. DOVE SIETE REPERIBILI / DISPONIBILI PER CONFRONTI E CHIACCHIERE
3. QUALI SONO LE REALTÀ CHE INCONTRATE (E PERCHÉ)



1. QUALI SONO I TEMI DI CUI VI OCCUPATE
2. COME LA PENSATE SU DETERMINATI TEMI
3. QUALI SONO LE BATTAGLIE DEL PROGRAMMA CHE AVETE FATTO "VOSTRE"



1. CHI DICE COSA
2. PERCHÉ È RILEVANTE PER VOI QUELLA DICHIARAZIONE
3. LA POSIZIONE UFFICIALE DEL PARTITO VERSO UN CERTO FATTO

Mobilitazione / CTA

 **Più Europa con Emma Bonino**
26 febbraio · 🌐

Per far ripartire l'Italia dobbiamo scrollarci di dosso anni di inefficienza, di approssimazione e di disordine e vestirci una volta per tutte con i colori dell'Europa. E quelli di +Europa. Visita ora il nostro shop, acquista i nostri prodotti e diventa sostenitore attivo della nostra campagna.

<http://piueuropa.jampod.it/>



Più Europa con Emma Bonino
Organizzazione politica

Acquista ora

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi 👤

👤 Matteo Ornati, Davide Sguazzardo e altri 2978 Più pertinenti ▾

1. SEGUIRE I CANALI / I POST
2. REPERIMENTO FONDI
3. INCONTRARE GLI ELETTORI!

**L'unico
voto utile
è quello
che fa la
differenza.**



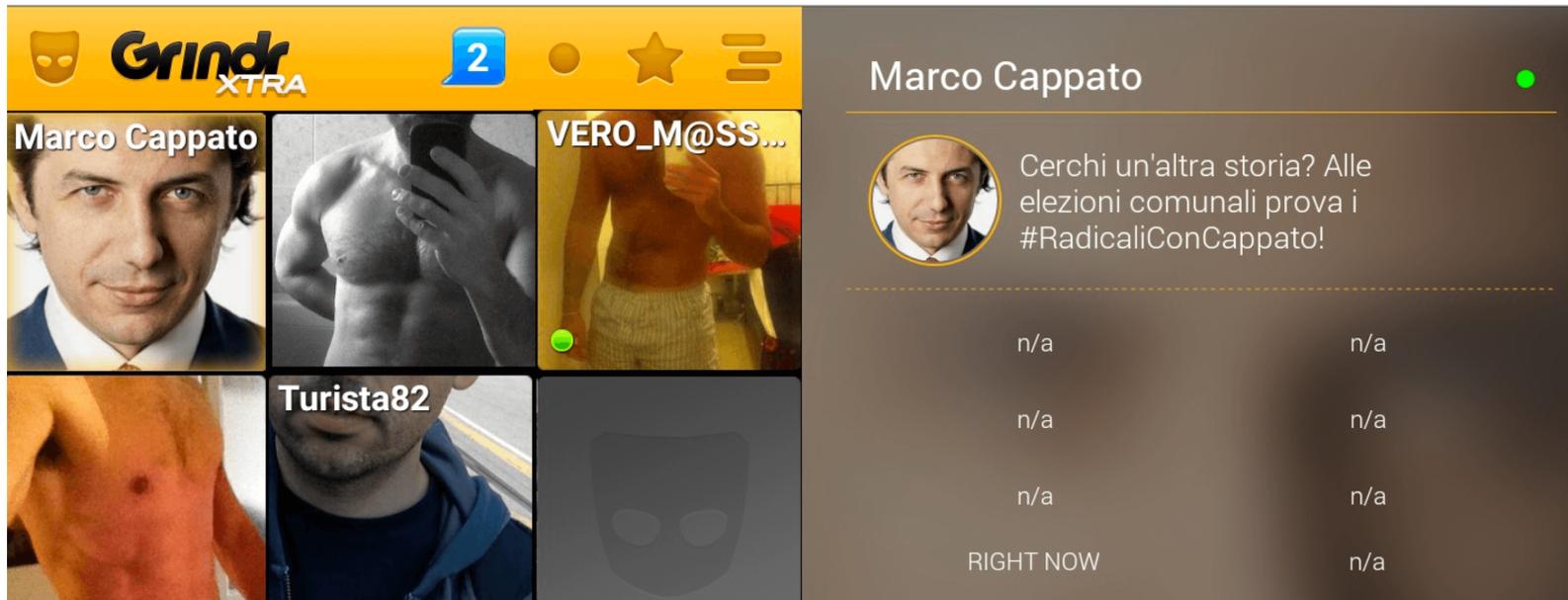
1. RICORDARE CHE SI VOTA
2. DARE INFORMAZIONI SUL VOTO
3. DARE SENSO DI URGENZA ALL'ELETTORE

Quali social?



Grindr

Quali social?



Quali social?



1. CONDIVISIONE
2. POST MOLTO FREQUENTI (2/3)
3. DIALOGO E CONNESSIONI



1. ACCREDITAMENTO NAZIONALE
2. TANTI TWEET
3. TRENDING TOPIC



1. VISUAL STORYTELLING
2. DIETRO LE QUINTE
3. ENTUSIASMO!



1. CONNESSIONI STRETTE
2. CONDIVISIONE E INFORMAZIONE
3. NOTE VOCALI!

Il comitato

Il comitato elettorale



Cosa serve fare in un comitato elettorale

- Studiare approfonditamente le **tematiche**, creando dei documenti strategici con le linee di messaggio da usare ogni volta che si tocca un determinato tema (**analisi desk**)
- Studiare gli avversari, collezionano tutte le loro uscite e le dichiarazioni sui temi di interesse per monitorare i posizionamenti e le eventuali variazioni del contesto (**opposition research**)

Cosa serve fare in un comitato elettorale

- Seguire il candidato, per acquisire materiale e contenuti utili da usare nei diversi canali, es foto per i social media, dirette Facebook, foto per i volantini, raccolta di numeri di telefono di potenziali elettori, etc (**bodyman o bodywoman**)
- Gestire i social media del candidato: scegliere di che temi parlare, preparare i post e i contenuti da veicolare (es foto? video? dirette?), i canali da attivare (es Facebook? Instagram? LinkedIn?) (**social media manager**)