



ELEZIONI Il senatore Pessina è uno dei creativi che ha pianificato la campagna dei maxi poster

«Silvio al muro, idea vincente»

ROMA — Alle spalle ha un passato carico di successi come uomo-pubblicità e grande esperto di comunicazione.

Vittorio Pessina, senatore di Forza Italia e membro della commissione di vigilanza sul servizio pubblico radiotelevisivo, non a caso è stato tra i più stretti collaboratori del presidente del consiglio nella fase creativa e decisionale che ha portato alla campagna di affissioni di Silvio Berlusconi in tutta Italia.

E ora che nelle strade del Paese si consuma la partita della politica messa al muro con i messaggi dei due grandi protagonisti che si fronteggiano, quello del Cavaliere e quello di Prodi, Pessina

ha voglia di togliersi qualche sassolino dalla scarpa. «Rivendicando prima di tutto — dice il senatore — il diritto di Forza Italia a svolgere una campagna elettorale come partito e non solo come elemento trainante della coalizione di governo».

Allora, senatore, è soddisfatto del territorio conquistato in questa «battaglia dei manifesti»?

«In termini puramente tecnici gli spazi occupati dalla campagna di affissioni del presidente del consiglio so-



no senza ombra di dubbio i più efficaci. Direi che assicurano al messaggio del premier la massima visibilità».

Siete riusciti a togliere spazio a Prodi? «Non so. Il messaggio della lista Prodi, che sembra puntare tutto sul-

le presunte difficoltà economiche degli italiani, non mi pare una gran scelta in termini di comunicazione. E' come se il presidente della Commissione europea avesse deciso di svolgere la funzione del menagramo».

bertà. E' un segnale polemico?

«No, nessun segnale polemico. Semplicemente, mi sembra giusto che, come tutti gli altri partiti, anche Forza Italia faccia la sua campagna elettorale per il voto del 12 e 13 giugno».

Su, smetta per un attimo la casacca politica e indossi l'abito professionale del pubblicitario e comunicatore: quale manifesto degli avversari le è piaciuto di più?

«Onestamente nell'area del centrosinistra non vedo grande fantasia. In termini di squisito marketing politico, mi sembra buono lo slogan della lista Occhetto-Di Pietro: 'Con noi metti al sicuro il tuo voto'. Peccato che non sia vero...»

Marco Lamberti

E Berlusconi, invece, quale ruolo ha scelto?

«Quello di chi comunica risultati concreti. La decisione di utilizzare prevalentemente cifre e dati mi pare azzeccata. L'azione di governo va raccontata così, senza tante chiacchiere. E, senza dubbio, lo stile complessivo della campagna mi pare estremamente innovativo».

Già, ma resta il fatto che la scomparsa del simbolo della coalizione a favore del solo «marchio» di Forza Italia ha suscitato malumori soprattutto tra gli alleati della Casa delle Li-