

»» **Il saggio** Il fundraising per la politica

## Un modello virtuoso per finanziare i partiti

MILANO — «I partiti (...) ricorrono all'uso di risorse aggiuntive in forma irregolare o illegale. Se gran parte di questa materia deve essere considerata materia puramente criminale allora gran parte del sistema sarebbe un sistema criminale». C'è un filo sottile che unisce il famoso discorso di Craxi tenuto di fronte alla Camera dei deputati il 3 luglio del '92 e le e-campaign di Obama. Ed è su questo legame di causa-effetto tra il sistema di finanziamento pubblico e privato della politica e la partecipazione dei cittadini che si concentra il libro di Raffaele Picilli e Marina Ripoli *Fundraising e comunicazione per la politica*. Come spiega Roberto Race nell'introduzione a un testo che è più una cassetta degli attrezzi per politici e cittadini interessati a riconquistare la Politica che un saggio l'abrogazione dei finanziamenti pubblici ai partiti del '93 — una decisione presa sulla scia bollente di Tangentopoli — ha creato

l'illusione che la politica potesse chiudere il proprio bilancio senza la voce costi. Sul tema sembra campeggiare uno di quei cartelli dei piloni dell'alta tensione: «Chi tocca muore». Il dibattito non è pacifico soprattutto in Italia dove l'algoritmo non è quello di Google ma un altro perverso che trasforma i soldi, tutti, in aspettative di sprechi. Ma la soluzione per gli autori esiste ed è il fundraising interpretato come modello di trasparenza e di comunicazione integrata per coinvolgere nuovamente il cittadino-elettore nella macchina delle scelte politiche. «La nuova legge sul finanziamento ai partiti — ragiona Pietro Paganini, *curiosity chair* di Competere, il pensatoio liberale che ha promosso il libro, e professore alla John Cabot University — obbliga oggi le forze politiche alla disperata ricerca


RAFFAELE PICILLI MARINA RIPOLI  
**FUNDRAISING E COMUNICAZIONE PER LA POLITICA**  
INTRODUZIONE DI ROBERTO RACE



**Il libro** «Fundraising e comunicazione per la politica» (Edito da Rubbettino, pp. 196, € 14)

di nuove fonti di risorse economiche. Fornire loro strumenti e strategie di fundraising significa contribuire ad un rivoluzionario rinnovamento. Si riavvicina così la cultura politica, al cittadino e all'elettorato, producendo maggiore trasparenza e soprattutto favorendo la partecipazione individuale alle scelte pubbliche». Intendiamoci: non si tratta di importare la retorica del people raising, la macchina per catturare le persone e il loro entusiasmo immortalata nei suoi altalenanti aspetti da Hollywood in decine di film di successo come *Taxi Driver*, *Tutti gli uomini del presidente* o il più recente *Le idi di marzo*. Ma di introdurre un elemento di concretezza nel dibattito per cercare di capire come rielaborare modelli altrui per incastrarli nel complesso puzzle italiano.

**Massimo Sideri**

 @massimosideri

© RIPRODUZIONE RISERVATA

