

6 settembre 2006, Europa

## **Mettiamo un focus (group) nella Valigia del Partito democratico**

Simona Bonfante

Il Partito democratico non è ancora in viaggio ma c'è già chi sta facendo La Valigia. Si chiama proprio così – La Valigia – il focus group ideato, gestito e (auto)finanziato dall'associazione veneziana Campo dell'Unione- Cittadini per l'unione del centrosinistra ([www.campodellunione.org](http://www.campodellunione.org)), in collaborazione con circoli, associazioni, amministratori locali ed esponenti di Margherita e Ds veneti. «La valigia – racconta Marta Meo, responsabile del Campo dell'Unione nonché allieva del Cfp di Milano – si pone l'obiettivo di far emergere valori e criticità nell'ambito del dibattito sul Partito Democratico».

Il progetto nasce dalla constatazione che quando si parla di Pd, i termini più ricorrenti – dovere, esclusione, rinuncia – hanno spesso una valenza negativa. «Secondo noi – spiega la giovane ma determinata unionista veneziana – un dibattito che si sviluppa su concetti come questi non può andare lontano. Ed è per questo che abbiamo pensato al focus group». Il focus group è uno strumento di ricerca assai familiare agli strateghi del marketing, ma a metterne in risalto le potenzialità di indagine politica è stato, a metà degli Anni '90, il Labour di Tony Blair, apripista di quella spin politics che ha riscritto le regole della comunicazione politica. Il focus consente di mappare nel profondo la fetta di mercato cui ci si intende rivolgere. Nel caso della Valigia, i potenziali elettori del Partito democratico. Ai partecipanti si chiede di riflettere e discutere liberamente questioni complesse, come i valori in cui ci si riconosce, l'idea che si ha di sé e degli avversari, le proprie motivazioni e aspettative sulla politica. «Con la metafora della valigia – spiega la Meo – intendiamo esprimere la convinzione che, per fare il Pd, non basti trasportare noi stessi con tutto il nostro vissuto, il nostro passato e la nostra storia in una grande casa vuota. Crediamo – continua – che andare verso il Partito democratico sia anche l'occasione per imparare a ordinare e selezionare, per liberarci di qualcosa». Il progetto – messo a punto per la parte tecnica e scientifica da Davide Guadagni dell'agenzia di comunicazione Sintesi e da Marco Bettiol dell'Università di Padova – è stato condotto in via sperimentale a Venezia, Pisa, Vicenza e Trieste, coinvolgendo sin'ora un centinaio di partecipanti. E i dati che emergono – seppur non ancora elaborati – sembrano riconoscere nel focus, non solo una felice opzione di indagine, ma anche uno strumento di promozione del dibattito politico. «Ci siamo accorti – racconta Marta Meo – ad esempio quando si parla di valori, che alla fine del focus i partecipanti si liberano del condizionamento dell'ortodossia esprimendo opinioni più libere e consapevoli».

E da segnali come questi gli audaci promotori hanno tratto l'incoraggiamento a ragionare sulla fase due della Valigia, cogliendo subito l'occasione della riapertura della stagione politica, per un lancio del progetto adeguato alle sue potenzialità. «Si prevede – spiega infatti la Meo – di predisporre un calendario articolato di incontri, di ridefinire i contorni del panel e fissare il perimetro socio-territoriale dell'utenza perché i dati raccolti siano omogenei, comparabili, quindi immediatamente spendibili nel dibattito politico in corso».

Ma non è tutto. Si sta pensando di attivare attorno al progetto anche la rete nazionale del Cfp – coordinata a Milano dal direttore della scuola, Nicola Pasini – in una sorta di syndications tra terminali di ricerca locali.

Se ne ricaverebbe non solo un lavoro di investigazione sistematica sulle complesse declinazioni, politiche e territoriali, del nuovo partito, ma anche la possibilità di alimentare il dibattito e la partecipazione bottom-up.

«Non è forse proprio questo – si chiede la Meo – che ci vuole per far partire il Partito democratico?»