

## Poco più di un trend

Fabrizia Bagozzi



La campagna per le primarie del centrosinistra entra nel vivo (per lo meno nel Pd) e come da copione parte la guerra dei sondaggi, via social network o via tv, facendo fibrillare gli staff dell'una e dell'altra parte e agitando le tifoserie. Quelli finora noti danno Bersani in vantaggio – chi lieve, chi medio, chi oltre il 10% – anche se, secondo *ilRetrosceca.it* ne esisterebbe uno, riservato, di Swg che ribalterebbe clamorosamente la situazione con Renzi addirittura al 70%.

Balletto di cifre (e *ballon d'essai*) a parte, il punto, però, rimane sempre lo stesso: quanto può

essere attendibile un sondaggio sulle primarie. Spiegano in punta di tecnica i sondaggisti che se le rilevazioni non vanno mai considerate una previsione, neppure nel caso, più semplice, di elezioni politiche, questo vale a maggior ragione per le primarie. Qui, soprattutto in una fase in cui le regole sono in via di definizione, «i sondaggi fotografano la situazione in un dato momento», nota con *Europa* Antonio Noto di Ipr marketing «e individuano una tendenza che può essere utile ai candidati per mettere a fuoco una strategia». Una cosa che, se si conferma, rassicura il favorito. Se invece le cifre si avvicinano, la campagna elettorale può fare la differenza. Certo, afferma Noto, «lo scarto di errore è più alto rispetto alle politiche». Il nodo sostanziale è quello di chi andrà effettivamente a votare. «Per per le elezioni nazionali l'astensione varia fra il 20 e il 25%, per le primarie rimane un'incognita». Spiega Paolo Natale, docente di sociologia politica alla Statale di Milano, che «è difficile mettersi nell'area del possibile voto», stimare in quanti andranno effettivamente ai gazebo. Come accade con i referendum (quello sull'acqua viene considerato un'eccezione). In caso di primarie i filtri della partecipazione sono molti, non è scontato che chi manifesta, anche con sicurezza, l'intenzione di esserci, alla fine ci sarà davvero (questa volta, comunque, un'alta affluenza favorirebbe Renzi). Tanto più che, sottolinea Noto, in caso di elezioni di altro tipo le rilevazioni possono confrontarsi con i risultati delle consultazioni precedenti in un quadro certo: «Le primarie sono recenti e si sono svolte con caratteristiche diverse: a volte di partito, altre volte di coalizione». Che non è un dettaglio da poco.

Morale: i sondaggi sulle primarie vanno presi come l'indicazione di un *trend*. Anche se, ricorda il direttore di Ipr marketing, nel 2009 – correvano per la segreteria del Pd Bersani, Franceschini e Marino – le cifre di luglio, che davano Bersani in forte vantaggio, furono poi confermate dai risultati di ottobre. Ma erano consultazioni di partito e non di coalizione, come ora. E i due principali candidati avevano caratteristiche più simili, da *insider*. Oggi Renzi, che guarda anche all'elettorato di opinione, gioca la carta del nuovo e del cambio generazionale. «Ha un forte potenziale – dice Noto – se la simpatia di cui è circondato, che pesca anche fra chi di solito non si schiera, si trasforma in consenso politico».

Fonte: Europaquotidiano.it

