

VareseNews

Tra internet e freepress, Pisapia nella sua campagna fa l'americano

Pubblicato: Martedì 19 Aprile 2011

 **Un mix di vecchio e di nuovo.** La strategia di comunicazione adottata da **Giuliano Pisapia** per correre alla poltrona di primo cittadino di **Milano** cavalca **internet ma non dimentica i più tradizionali mezzi di comunicazione.**

La campagna elettorale del candidato per il centrosinistra guarda al passato quando, per incrementare il volume di fuoco, **punta alla distribuzione quindicinale di un free press stampato in 100mila copie** con otto pagine a colori, dedicato alla cultura. Un tema di dibattito ritenuto fondamentale per la città visto i profondi tagli finanziari che il settore continua a subire. Tanto che è stato organizzato anche un evento di tre giorni, Milanoculture, per consentire a Pisapia di proporre il suo programma in materia e avere un assaggio propagandistico delle iniziative che, come sindaco, vorrebbe per Milano.

Con il suo sito (www.pisapiaxmilano.com), invece, sembra di assistere a una campagna elettorale di matrice americana. Intanto sono ben evidenti i principali contenuti del programma elettorale, grazie a una grafica pulita ed efficace. Con quattro sezioni, "**L'aria sarà più pulita**", "**Respireremo più cultura**", "**Più ossigeno per economia e lavoro**" e "**Spostarsi sarà più facile**", cerca di intercettare i temi caldi del dibattito elettorale. Per quanti vogliono contribuire alla campagna è possibile anche fare una donazione online e sostenere il candidato, proprio come avviene negli Usa. **Il tema dei fondi destinati alla promozione non è elemento da poco.** Pisapia ha dichiarato ufficialmente un investimento di 800mila euro, cifra cospicua ma che non lo mette al riparo dallo strapotere economico del Sindaco Letizia Moratti che per la sua elezione precedente, sembra, investì 6 milioni di euro. Il sito ha ovviamente le connessioni con i principali social network da Facebook (con quasi 17mila like e una crescita costante) a Twitter (numerosi e quotidiani i cinguettii), da Flickr a Youtube.

La strategia di comunicazione percorre oltre alle vie digitali di internet, strade più note con un'ampia cartellonistica dove campeggia il volto del candidato o anche con i consueti incontri/aperitivi/comizi con la cittadinanza. Iniziative forti dell'attività di **2000 volontari che partecipano e sostengono la sua campagna elettorale.**

(Fpsmedia)

Lo speciale elettorale su Milano

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it