

Elezioni europee: arriva la campagna elettorale in affitto

In tempi di crisi e di incessanti polemiche sui costi della politica, oltre che su come vengono spesi i soldi pubblici, risulta cruciale per i candidati al Parlamento europeo contenere le spese e ottimizzare l'impiego dei budget a disposizione. Nascono, allora, iniziative virtuose e innovative, come quella della start-up romana Amelya: il servizio di segreteria "a consumo" per i candidati alle elezioni europee, che rende disponibile in breve tempo e "chiavi in mano" una struttura operativa efficiente e a basso costo.

La recessione non lascia margini di manovra neanche ai **candidati alle elezioni europee**: la parola *risparmio* suona più che mai come un imperativo categorico. Ecco, allora, farsi strada un nuovo mercato anche nell'offerta di servizi elettorali: la **campagna elettorale in affitto o in outsourcing**, secondo l'innovativa formula proposta dalla neonata azienda romana Amelya.

Il servizio di **Assistente Personale "a consumo"** di Amelya consente ai candidati al Parlamento europeo di **contenere i costi**, senza rinunciare all'efficacia dell'azione, rispondendo alle esigenze tipiche di una campagna elettorale. Se da un lato, infatti, i candidati hanno necessità di disporre in breve tempo di una **struttura operativa efficiente**, dall'altro la ristrettezza dei budget disponibili li obbliga a ottimizzarne l'impiego. L'opzione "a consumo" si presta particolarmente per questo, poiché consente di **pagare solo l'utilizzo effettivo** del servizio, evitando sprechi e cattiva gestione dei soldi pubblici.

La formula studiata da Amelya permette, inoltre, la creazione di **canali di dialogo e di ascolto con gli elettori** - compresa l'ormai "obbligatoria" presenza su **Facebook**. «Curare la reputazione in rete è molto importante» - sostiene l'AD di Amelya, Filippo D'Agata - «ma i candidati e i politici in genere hanno poco tempo per farlo, o non sono del tutto consapevoli della questione. **Su internet, l'opinione pubblica non è affatto manipolabile**, anzi, si possono scatenare meccanismi incontrollabili, che in poco tempo possono gonfiare la popolarità di un personaggio o, al contrario, rovinarne la reputazione».

Un'altra esigenza a cui il nuovo servizio viene incontro è legata alla **dimensione del collegio**, che, nel caso delle europee, può comprendere fino a sei diverse regioni. Un singolo candidato non può avere la preparazione sufficiente, quando gira per la campagna elettorale, per fare ovunque discorsi pertinenti e documentati. Allora interviene anche il "**Centro di documentazione**" di Amelya, che si paga sempre a consumo, e consente al candidato di disporre di **dossier** sui luoghi che, di volta in volta, va a visitare.

Grazie ad un "**quartier generale virtuale**", il candidato può persino tenere tutto sotto controllo, 24 ore su 24, dal **computer** o dal **cellulare**, lasciare **istruzioni** per il suo staff e consultare in tempo reale l'**Agenda** degli appuntamenti e la **Rubrica**.

«**Di strada ne è stata fatta**, da quando in Italia ha fatto la sua comparsa il termine "ghostwriter"» - dice D'Agata - «poi è arrivato il "kit" per i candidati di Forza Italia. In futuro nessuno si stupirà più del fatto che i politici ricorrano ad un'**assistente virtuale** con cui dialogare via internet».