



ANALISI

Il clima può essere la vera novità della campagna elettorale

EDOARDO ZANCHINI a pagina 11

MESSAGGI DI CAMBIAMENTO

Il clima può essere la vera novità della campagna elettoraleEDOARDO ZANCHINI
ecologista

E se fosse proprio il **clima** la variabile imprevista di questa campagna elettorale? Per la prima volta il confronto politico non potrà più nascondersi dietro slogan perché gli italiani, senza distinzione di schieramento come confermano tutti i sondaggi, sono sempre più preoccupati dall'accentuarsi di caldo, siccità, bombe d'acqua e chiedono risposte. Allo stesso modo vorrebbero capire come ridurre la spesa energetica e fare fronte a un'inflazione galoppante per i prezzi del gas, o come coltivare una qualche concreta speranza in vista di un autunno che si profila quanto mai complicato con una guerra in Ucraina di cui non si vede la fine.

Questa volta il centrodestra parte favorito per il voto ma senza quella forza che Silvio Berlusconi era stato capace di imprimere nel 1994 e poi nel 2001 e 2008, con quel messaggio di ottimismo e cambiamento che aveva convinto milioni di italiani. Il contesto economico e geopolitico è molto diverso, funziona ancora il richiamo della sicurezza e dello stop all'immigrazione, della libertà d'impresa e dei condoni ma nessuno crede che davvero da questi slogan verrà fuori una ricetta per guardare con ottimismo al futuro di ciascuno e del paese nei prossimi anni.

Le stesse ricette pseudo nazionaliste per cui dovremmo puntare sul gas dell'Adriatico o sul ritorno al nucleare possono funzionare per alzare la voce nei talk show ma non convincono più nessuno. È ai tanti italiani che hanno smesso di votare o che sono in dubbio se continuare a farlo che bisogna guar-

dare con una ricetta che li possa convincere puntando sul **clima** come chiave al contempo di innovazione e di sicurezza, con ricette concrete di cambiamento che permettano di parlare a chi è più giovane e agli anziani, a chi vive in città o nelle aree interne.

Domanda di sicurezza

Enrico Letta ha avuto coraggio in questi mesi a tenere la barra dritta nel voto al parlamento europeo sugli obiettivi al 2030 di riduzione delle emissioni di anidride carbonica e sulla tassonomia. Ora è però chiamato a fare un passo ulteriore per spostare il centro del dibattito da slogan che hanno annoiato tutti ai problemi che le persone vivono e per spiegare come possano trovare risposte solo con un'accelerazione della transizione ecologica, per far capire la differenza con chi vorrebbe «buttare al mare il *green deal*», per usare le parole del deputato della Lega Claudio Borghi. Se nei prossimi 60 giorni si vuole cogliere l'attenzione di chi sta sotto l'ombrellone o non si può muovere da casa bisogna prendere di petto i problemi, nominare i luoghi e le situazioni che si vogliono cambiare. Ad esempio, raccontando cosa si ha in mente per evitare che migliaia di persone muoiano nei quartieri dove fa più caldo perché non si possono permettere l'aria condizionata. O i progetti da mettere in campo per evitare che le prime piogge intense dell'autunno si trasformino in alluvioni devastanti per via di corsi d'acqua e piazze coperte di cemento. È sulla risposta a questa crescente domanda di sicurezza che si deve puntare nella campagna elettorale.

Ridurre le bollette

Puntare su questi temi può aiutare an-

che a uscire dal cortocircuito mediatico sull'agenda Draghi, perché consente di raccontare cosa si potrà finalmente sbloccare ora senza la destra e cosa invece rivendicare e continuare. Siamo l'unico paese europeo che in questi mesi non ha presentato uno straccio di proposta per aiutare le famiglie a risparmiare. Mentre gli altri puntavano a sostituire l'uso del gas con pompe di calore, fotovoltaico e comunità energetiche noi abbiamo guardato con Roberto Cingolani in direzione contraria. Se non ora quando raccontare le idee diverse che si hanno per aiutare in particolare chi è più povero a ridurre drasticamente le bollette?

I privilegi dei balneari

Invece, su riqualificazione delle periferie e finanziamenti per la mobilità urbana sostenibile, bisogna far capire che gli interventi avviati dal ministro Enrico Giovannini non solo non si fermeranno ma verranno portati in ogni città e moltiplicati, resi ancora più efficaci con un progetto di investimento sociale e culturale con al centro la scuola, perché solo così si garantiscono lavoro, diritti e qualità della vita a milioni di cittadini. L'agenda Draghi va rivendicata piuttosto quando si scende in spiaggia, per raccontare alle persone che lo dobbiamo all'algido banchiere se tra qualche anno potremo avere finalmente trasparenza, qualità e gare per le concessioni. Una posizione radicalmente antitetica a quella di Giorgia Meloni e Matteo Salvini che continuano a battersi per i privilegi della parte peggiore dei balneari, fregandosene di tanti italiani che al mare non ci possono andare perché oramai è solo a pagamento in tanti comuni italiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gli italiani di tutti gli schieramenti politici, sono preoccupati per la siccità e chiedono risposte all'aumento delle bollette

FOTO LAPRESSE



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



045688