

Italia Viva ma solo su Facebook. E a pagamento

Riparte la corsa di Renzi alle inserzioni, seguito in scia dal Capitano

di ANTONIO ACERBIS

Che **Matteo Renzi** sia uno stratega della comunicazione social, non è una novità. Ed ecco allora che, secondo i dati forniti da Facebook, è possibile ricostruire l'investimento fatto in inserzioni online nella settimana del 17-23 settembre, quella successiva alla fondazione di Italia Viva, il nuovo partito renziano. Prendendo in considerazione i principali partiti italiani, e i loro relativi leader, appare in maniera evidente la scelta strategica fatta da Renzi. Il politico, recentemente uscito dal Pd, è nel bel mezzo del lancio ufficiale del suo nuovo soggetto politico Italia viva. Nella settimana successiva al lancio del partito la sua spesa ha superato i 4mila euro, come documentato da

OpenPolis. Il tutto finanziato direttamente dai Comitati azione civile di Ritorno al futuro, l'associazione che Renzi ha utilizzato in questi mesi per

raccogliere fondi e aggregare consenso. Curiosi anche i post che si è deciso di sponsorizzare: scorrendo l'elenco delle inserzioni si va dai post a sostegno di **Emma Marrone**, a quelli sulla politica internazionale. In totale tra il 17 e il 23 settembre i post sponsorizzati sono stati 17. Ma Renzi non è l'unico. **Giorgia Meloni** è il secondo politico che ha speso di più, 231 euro, seguita da **Giovanni Toti**, con 174 euro. Eloquente il caso di **Matteo Salvini**: non sponsorizzava post da fine maggio, e ha ripreso proprio nelle ultime settimane con 2 inserzioni (per un totale di 100 euro): una contro il Governo Conte, attaccando la possibile tassa sulle merendine, e una sulle elezioni regionali in Umbria.

Campagne web

Tra i post pubblicizzati dall'ex premier pure quelli su Emma Marrone
Investono sul web anche Toti e Meloni



■ Matteo Renzi (imagoeconomica)

