

Avv. Luigi Suez

Dott. Donato Picciuolo

Per una struttura mediatica per la comunicazione di massa, con oggetto la Democrazia Cristiana "storica"

BOZZA DI PROGRAMMA DI RILANCIO

SCOPO

Arrivare ad un convegno, a settembre 2026, con:

- un organigramma regionale e provinciale definito;
- un nuovo tesseramento avviato e monitorato;
- una verifica seria della classe dirigente territoriale;
- un comitato guida centrale già operativo;
- una linea pubblica di rilancio coerente, moderna e credibile;
- un piano alleanze fondato su compatibilità programmatica e affidabilità dei soggetti coinvolti.

L'obiettivo realistico del congresso non dovrebbe essere "rifondare il partito", ma arrivare a settembre con almeno:

- 20 coordinatori regionali operativi;
- una presenza organizzata in tutte le province strategiche;
- un database nazionale di contatti;
- una campagna identificabile da chiunque senta nominare il partito. In quel momento il congresso diventa il punto di partenza della crescita, non il punto di arrivo.

STRUTTURA OPERATIVA

CABINA DI REGIA NAZIONALE

Segretario Politico Nazionale: Prof. Nino Luciani.

Funzioni:

- garante ideale;
- riferimento storico;
- supervisione politica;
- decisione finale.
- Direttore e coordinatore politico del progetto

Responsabilità: guida complessiva, raccordo tra territori e vertice.

- Direttore e coordinatore organizzativo

Responsabilità: crono-programma, procedure, raccolta dati dai territori, avanzamento lavori.

- Responsabile tesseramento

Responsabilità: regole, piattaforma, moduli, verifica iscrizioni, report settimanali.

- Responsabile enti territoriali

Responsabilità: costruzione organigrammi regionali e provinciali, standard minimi di funzionamento.

- Responsabile valutazione classe dirigente

Responsabilità: definire criteri oggettivi per giudicare rappresentanti regionali e provinciali.

- Responsabile eventi e convegno

Responsabilità: progettazione convegno di settembre, logistica, agenda, relatori, accrediti.

- Responsabile relazioni istituzionali e alleanze

Responsabilità: mappatura interlocutori, dialogo con soggetti compatibili, dossier alleanze.

- Responsabile comunicazione istituzionale

Responsabilità: messaggi pubblici, coerenza narrativa, sito, newsletter, materiali stampa.

- Responsabile media e ufficio stampa

Responsabilità: rapporti con giornalisti, comunicati, interviste, rassegna stampa.

- Responsabile digitale e community

Responsabilità: canali social, calendario editoriale informativo, monitoraggio engagement.

- Data analyst / CRM manager

Responsabilità: database iscritti, territori, metriche, dashboard di controllo.

- Consulente legale-amministrativo

Responsabilità: compliance, privacy, tesseramento, contratti, correttezza procedure interne.

Figure esterne consigliate

- società di comunicazione e media relations;
- agenzia creativa per identità visiva e campagna di rilancio;
- società per produzione video/foto;
- event agency per il convegno, se il budget lo consente.

Società di comunicazione: cosa deve fare

Va scelta una struttura che copra:

- ufficio stampa;
- media strategy;
- produzione contenuti video e grafici;
- presidio social;
- crisis communication;

- monitoraggio reputazionale.

Criteri di scelta:

- esperienza in contesti istituzionali;
- rapidità operativa;
- qualità creativa;
- capacità di lavorare con vertici e territori;
- reporting chiaro settimanale.

TASK FORCE VALUTAZIONE DIRIGENTI

Ogni coordinatore regionale e provinciale deve essere valutato con criteri oggettivi.

Criteri per valutare i rappresentanti regionali e provinciali

Valutazione su griglia unica, con punteggio 1-5 su:

- capacità organizzativa;
- continuità di presenza negli ultimi anni;
- qualità delle iniziative prodotte;
- capacità di costruire squadra;
- reputazione interna ed esterna;
- correttezza istituzionale;
- capacità di attrarre iscritti e competenze;
- affidabilità operativa;
- radicamento sul territorio;
- disponibilità al nuovo corso.

Esito possibile:

- conferma;
- conferma con affiancamento;
- sostituzione graduale;
- commissariamento temporaneo del livello territoriale.

Programma di lavoro

Fase 1: Avvio e audit | 4 giugno 2026 - 20 giugno 2026

- costituire cabina di regia;
- approvare cronoprogramma;
- censire strutture regionali e provinciali esistenti;
- raccogliere dati su iscritti, attività, referenti, eventi svolti;
- definire i criteri di valutazione dei dirigenti territoriali;
- selezionare 3 società di comunicazione da ascoltare.

Output:

- organigramma provvisorio centrale;
- scheda standard di valutazione territori;
- short list fornitori comunicazione.

Fase 2: Valutazione territoriale e selezione squadra | 21 giugno 2026 - 10 luglio 2026

- colloqui con referenti regionali e provinciali;
- verifica risultati concreti degli ultimi anni;
- identificazione territori forti, deboli e scoperti;
- nomina di coordinatori provvisori dove necessario;
- definizione del nucleo portavoce e dei volti pubblici.

Output:

- mappa territori per priorità;
- elenco conferme, affiancamenti, sostituzioni;
- rosa delle figure pubbliche da valorizzare.

Fase 3: Nuovo tesseramento e struttura operativa | 11 luglio 2026 - 31 luglio 2026

- lancio del nuovo tesseramento;
- definizione pacchetto standard per i territori;
- apertura task force regionali e provinciali;
- formazione rapida dei coordinatori;
- attivazione CRM e report settimanale.

Output:

- piattaforma o procedura tesseramento;
- kit territoriale;
- responsabili provinciali nominati o in nomina.

Fase 4: Posizionamento pubblico e preparazione convegno | 1 agosto 2026 - 20 agosto 2026

- definizione manifesto del rilancio;
- costruzione agenda del convegno;

- coinvolgimento figure autorevoli e nuove figure;
- selezione relatore/moderatore di profilo;
- piano stampa e calendario comunicazioni istituzionali.

Output:

- bozza programma convegno;
- documento politico-organizzativo di base;
- piano comunicazione agosto-settembre;
- Campagna mediatica giornaliera con slogan virali di pubblicizzazione del convegno.

Fase 5: Consolidamento finale | 21 agosto 2026 - 31 agosto 2026

- verifica stato organigrammi;
- chiusura adesioni e conferme partecipazione;
- simulazione del convegno;
- approvazione materiali finali;
- briefing unico della squadra.

Output:

- organigramma quasi definitivo;
- report tesseramento;
- dossier territori;
- scaletta finale del convegno.

Settembre 2026: Convegno

Obiettivi del convegno:

- presentare la nuova architettura del partito;
- formalizzare linee programmatiche e metodo;
- dare visibilità a figure autorevoli e nuove competenze;
- annunciare calendario post-convegno di 90 giorni.

Ritmo di lavoro

- riunione cabina di regia: 2 volte a settimana;
- report territori: ogni venerdì;
- dashboard tesseramento: aggiornata settimanalmente;
- riunione comunicazione: settimanale;
- verifica milestone: 30 giugno, 15 luglio, 31 luglio, 20 agosto, 31 agosto 2026.

Indicatori minimi da monitorare

- numero territori coperti;
- numero coordinatori confermati o sostituiti;
- andamento tesseramento;
- partecipazione attiva dei referenti;
- adesione al convegno;
- uscite stampa e presenza pubblica;
- criticità aperte per territorio.

Indicazioni / Strategia alleanze

Non impostarla su slogan, ma su 4 criteri:

- compatibilità programmatica;
- affidabilità personale e politica;
- utilità territoriale concreta;
- assenza di conflitti reputazionali gravi.

Metodo:

- mappatura interlocutori;
- incontri riservati esplorativi;
- scheda di compatibilità;
- decisione finale centralizzata.

- il partito.

ALLEANZE

Da giugno ad agosto. Tre categorie.

Sindaci civici

Sono il primo bacino.

Associazionismo cattolico e sociale

Secondo bacino.

Movimenti civici territoriali

Terzo bacino.

L'obiettivo realistico del congresso non dovrebbe essere "rifondare il partito", ma arrivare a settembre con almeno:

- 20 coordinatori regionali operativi;
- una presenza organizzata in tutte le province strategiche;
- un database nazionale di contatti;
- una campagna identificabile da chiunque senta nominare il partito. In quel momento il congresso diventa il punto di partenza della crescita, non il punto di arrivo.