



LA NON CAMPAGNA DEGLI SPITZENKANDIDATEN

40 YEARS OF EUROPEAN ELECTIONS

Marinella Belluati (Università di Torino)
marinella.belluati@unito.it

La campagna
elettorale 2019



2014



2019



***E POI URSULA VON
DER LEYEN VIENE
NOMINATA
PRESIDENTE
DELLA
COMMISSIONE
EUROPEA!***



EU ELECTION 2019

- Secondo orders (Reif and Schmitt, 1970) vs second rate (de Vreese, 2007)
- 51,2 % di elettori
- European Parliament aumenta gli investimenti di campagna e le azioni di engagement e specializzazione funzione comunicativa istituzionale
- Maggiore visibilità della campagna elettorale e integrazione dei modelli di comunicazione
- Personalizzazione come risorsa contro il deficit democratico

IPOSTESI

- Maggior visibilità dello Spitzenkandidaten
- Maggior capacità del leader di giocare il proprio ruolo durante la campagna
- Comunicazione elettorale del candidato più digitale
- Riconoscimento istituzionale del processo di personalizzazione

SPITZENKANDIDATEN CHI È (ERA?) COSTUI

Tenuto conto delle elezioni del Parlamento europeo e dopo aver effettuato le consultazioni appropriate, il Consiglio europeo, deliberando a maggioranza qualificata, propone al Parlamento europeo un candidato alla carica di presidente della Commissione. Tale candidato è eletto dal Parlamento europeo a maggioranza dei membri che lo compongono. Se il candidato non ottiene la maggioranza, il Consiglio europeo, deliberando a maggioranza qualificata, propone entro un mese un nuovo candidato, che è eletto dal Parlamento europeo secondo la stessa procedura. (articolo 17 comma 7)

SPITZENKANDIDATEN CHI È (ERA?) COSTUI

- Debolezza istituzionale
 - Non vincolabilità del risultato
 - Debolezza PE nei confronti del CE
 - Timing delle nomine
- Debolezza partitica
 - Mancanza connessione dimensione partitica nazionale ed europea
 - Meccanismo di selezione poco partecipato
- Debolezza comunicativa
 - Scarsa integrazione tra gli apparati e gli staff di comunicazione di candidati, gruppi europarlamentari e partiti europei

MODELLI DI COMUNICAZIONE DI COMUNICAZIONE «IBRIDA»?

- Partito ha migliori performance comunicative, ma non le mette a disposizione del leader (EPP)
- Il leader ha maggior capacità comunicativa rispetto al partito che non contribuisce ad aumentarne la visibilità (S&D e Alde)
- Integrazione tra leader e partiti (Green, GUE)