

NAPOLEONE

# Imperatore di Francia e della comunicazione

di Luigi Mascilli Migliorini

**S**in dalle prime battute la capacità di comunicare appare la virtù istintiva di quel generale ventisettenne che racchiude in sé le fragilità di un eroe di Stendhal e le arroganze di un eroe di Balzac. Quando il giovane Bonaparte arriva a Nizza per incontrare gli ufficiali insieme ai quali avrebbe dovuto affrontare la campagna d'Italia, vince la diffidenza di quegli uomini tanto più anziani e più esperti di lui perché sa trovare subito gli argomenti con i quali convincerli del fatto che egli ha in testa un progetto strategico e comunicativo assai preciso.

Il progetto strategico si chiamava Italia, l'interesse, cioè della Francia a non lasciare che una penisola così ben piazzata nel cuore del Mediterraneo, rimanesse nelle mani del nemico, la casa d'Asburgo. Il progetto comunicativo, forse ancor più importante, era la Rivoluzione, uno straordinario *brand*, si direbbe oggi, con il quale convincere gli europei, soprattutto i giovani, che era venuto il momento di disfarsi di tutto ciò che il passato aveva accumulato sulle società lente e appesantite del vecchio continente. «Vi porterò nelle più fertili pianure d'Europa»: inizia così il messaggio affidato ad un inedito strumento di comunicazione, i *Bollettini della Grande Armata*, che apre la campagna d'Italia. E quello che inaugura la campagna d'Egitto non è meno accattivante: «Dall'alto delle Piramidi quaranta secoli vi guardano». Come avere vent'anni e non essere travolti da questi annunci, come non essere trascinati, di tappa in tappa, di vittoria in vittoria, per l'intera Europa al seguito

di quel seducente generale?

Poco più grande dei suoi coetanei di allora, l'autore di questo libro ha avuto l'intelligenza di capire che cosa voglia dire l'entrata in scena di Napoleone nel mondo nato dopo la Grande Rivoluzione, popolato di gente giovane che diventa all'improvviso protagonista in una società dove fino a quel momento, "vecchio è bello". Giornalista e comunicatore, Roberto Race sa riconoscere, in un ambito tanto distante da quelli convenzionali, fatti di conquiste, di spartizioni territoriali, una delle più durature vittorie napoleoniche. Lo segue quando fa, come si è detto, della Rivoluzione uno straordinario marchio che attira a sé pezzi interi, e i più innovativi, della società europea, quando costruisce una *leadership* che gli consente il controllo di quella società e la sua modernizzazione giuridica e politica, quando, per usare ancora un lessico fin troppo contemporaneo, si fa precoce praticante di *benchmarking*, o, grazie alla committenza artistica e alla riproduzione della sua immagine, inaugura un duraturo *merchandising* di sé e delle proprie imprese.

Austerlitz diventa così nelle pagine di questo libro anche una grande vittoria comunicativa. All'inizio della battaglia, nelle fila dell'esercito francese le grida di «Viva la Rivoluzione» lanciate dai soldati del faubourg Saint Marcel - il cuore della Parigi giacobina - si mescolano a quelle di «Viva l'Imperatore» che vengono dai fedeli soldati della Vecchia Guardia, così come i militareschi, egualitari fuochi dei bivacchi ac-

cessi durante la notte della vigilia si confondono con il sole già freddo, imperiale, che sorge all'orizzonte del maggior trionfo napoleonico. Insomma Austerlitz riesce a farsi accettare, co-

me l'ultima battaglia della Rivoluzione e la prima dell'Impero. Straordinario esito di una comunicazione che aveva saputo mescolare felicemente immaginari tra loro conflittuali, scrive Race, ma di cui sarà difficile trovare in seguito un esempio altrettanto efficace. Non accadrà a Eylau, quando anche i pittori più complici non possono evitare di raffigurarlo stanco di una vittoria costata troppo sangue. Non accadrà, ovviamente, dopo la campagna di Russia, quando la fredda formula del Bollettino militare - «La salute dell'Imperatore è eccellente» - può considerarsi una catastrofe comunicativa che cela maldestramente la catastrofe militare.

Tutto cambia sulla strada dell'ultimo esilio, quando, sconfitto per sempre, Napoleone decide di scrivere le sue memorie come strumento di un'ultima grande battaglia, combattuta stavolta senza armi, solo con la comunicazione. Nel Memoriale di Sant'Elena, straordinario successo editoriale nell'Europa del XIX secolo, Napoleone torna a parlare a una generazione che muove allora i suoi primi passi, intatta, non contaminata dalle stanchezze di una Rivoluzione mal terminata e di un Impero mai veramente cominciato. Dallo scoglio sperduto dove è prigioniero la sua voce perde il tono affaticato dall'età e torna ad essere voce fresca di ventenne, capace, ancora una volta, di comunicare che il mondo comincia ogni volta che la gioventù comincia a sognare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Roberto Race, Napoleone Il comunicatore, Egea-Università Bocconi, Milano, pagg. 144, € 16 (ediz. inglese, Napoleon the Communicator, Egea- Università Bocconi, Milano, \$20)**

