



Corso di formazione all'uso dei mezzi di comunicazione sociale

Sabato 25 ottobre 2008, ore 9.30

Il giornalismo economico

Relatore: Francesco Antonioli

Appunti non rivisti dal relatore
Redazione di Riccardo Dellupi

Indice

Riassunto.....	1
1 Introduzione.....	1
2 L'informazione economica in Italia.....	2
3 Il Sole 24 ore.....	4
4 Il giornalismo economico	6
4.1 La deontologia dell'informazione economica	6
4.2 Il delicato rapporto con le fonti	7
4.3 L'economia locale nell'Italia nord ovest	8
5 Dibattito.....	10

Riassunto

Una rassegna dei maggiori giornali diffusi sul territorio italiano, generalisti o specialistici, che dedicano la loro attenzione all'economia, consente di avvicinarsi al lavoro quotidiano di un professionista che si dedica all'informazione economica in un grande gruppo editoriale come *Il Sole 24 ore*, la cui esplorazione contribuisce a capire ancor meglio questo settore dell'attività giornalistica. Si giunge quindi a trattare delle questioni deontologiche e del rapporto con le fonti che, nel campo dell'informazione economica, sono particolarmente delicate, a motivo della criticità e delle ricadute delle notizie che si diffondono e delle influenze del potere economico, che richiedono un'attenzione particolare, in equilibrio con la necessità di rendere un onesto servizio ai lettori. Queste problematiche si giocano in particolare al livello dell'informazione economica locale, cui *Il Sole 24 ore* dedica attenzione tramite sei rubriche regionali, tra cui quella dell'economia dell'Italia nord ovest, le cui trasformazioni, vocazioni e problematiche devono essere raccontate al un pubblico di operatori finanziari, imprenditori e semplici cittadini desiderosi di sapere come gestire i propri risparmi.

1 Introduzione

Massimo Donaddio: Giornalismo economico. Un tema, quello dell'economia, che campeggia in tutti i quotidiani, per la situazione di crisi globale dell'economia e della finanza che stiamo attraversando. *Il Sole 24 ore* cerca di dare le spiegazioni migliori in questo momento difficile.

Il Sole 24 ore è il giornale dove lavoro io e Francesco, che è responsabile del settore nord ovest (Piemonte, Valle D'Aosta e Liguria). *Il Sole* è un giornale di settore che ha un livello di tiratura pari a quella di un giornale generalista nazionale come *La Stampa*, solo i giornali sportivi la superano. La gente sempre più ha dovuto capire come gestire i propri risparmi e questo spiega l'esplosione di questo giornale.

Parleremo delle fonti, delicate da trattare, perché di alto livello e con molta influenza nella società, come grandi imprese e banche. È quindi anche delicato l'aspetto etico. L'esercizio di un'informazione responsabile è fondamentale anche in questo settore.

Parleremo anche dell'economia locale. Oltre ad avere un professionista di esperienza nel settore economico, l'abbiamo scelto della nostra regione, con sede a Torino, e quindi conosce bene il nostro sistema economico e produttivo. Ha lavorato anche ad *Avvenire*, ed è autore di un romanzo, che è stato recensito anche molto bene, è stato presentato alla *Fiera del libro* di Torino. È il modo di conoscere un giornalista la cui attività va oltre il fatto puramente giornalistico.

Antonioli: Grazie a tutti e buona giornata, e grazie per le cose che ha detto Massimo. Sono un giornalista prestatò all'economia da 9 anni. Ho lavorato ad *Avvenire*, all'*ANSA*, alla *Rai*. E ho mantenuto interesse per il dialogo tra diverse religioni e al dialogo tra laici e credenti. In un libro *C'è posta per Dio* in cui ho scritto anni fa, ho invitato a scrivere una lettera a Dio. Anche a Pinin Farina, la cui lettera, con mia commozione, è stata usata dalla sua famiglia come testamento spirituale al momento della morte; un imprenditore giovane che interpretava bene alcune caratteristiche dell'imprenditoria come realizzazione sociale e impegno civico nella società. Tante cose che riguardano la vita economico finanziaria... Io ho formazione umanistica e laurea in Scienze politiche con indirizzo amministrativo. Nella tesi avevo lavorato sul rapporto tra violenza e tv con gli effetti sui minori. Poi nella realtà ti trovi di fronte a una serie di domande anche dal punto di vista deontologico.

Vi faccio vedere cosa uno trova in redazione ogni mattina: una "quintalata" di carta da gestire ogni giorno, giornali da leggere, se ne stampa moltissimo. Cercheremo di leggerli. E poi con alcune slide vedremo di percorrere un po' di storia del *Sole 24 ore* e cercherò di tracciare alcuni obiettivi che vorremmo raggiungere. Abbiamo anche copie della parte locale del giornale, che ci può interessare per capire le scelte fatte circa l'imprenditoria del territorio.

2 L'informazione economica in Italia

Avrete parlato di testate generaliste. Il primo è il *Corriere delle sera*, con l'inserito del sabato *Io donna*, che di solito prendo e metto a sinistra, non perché non si interessante, ma perché devo dedicare l'attenzione prima ad altre cose. Dopo aver fatto lo scuolabus con i miei figli, cerco di arrivare il più in fretta possibile per poter guardare la giornata senza essere già tormentato dalle telefonate e non dover gestire tutta la giornata come emergenze, ma con un piano di lavoro. La prima pagina è sempre la vetrina che mostra le cose più importanti da leggere. I giornali fanno sempre una riunione verso le 20-21 per decidere la prima pagina, anche vedendo come sono stati fatti i tg della sera, per orientarsi. Il titolo è come sempre di questi giorni di carattere economico: L'Europa è in recessione. È la prima volta che accade da quando c'è la moneta unica, cosa che ovviamente preoccupa gli operatori. Il *Corriere* ha sua sezione economica, che appare in primo

piano quando c'è il tonfo della borsa. E le pagine specifiche dell'economia sono curate dai giornalisti addetti. Ci sono altri temi che riguardano il mondo delle banche e il sistema creditizio. Potremo parlarne per capire come certi temi a volte strillati in modo allarmistico (una delle pecche della categoria: esagerare e strillare molte cose), ritengo che oggi giorno non si può essere cittadini sprovvisti del villaggio globale. Fino a un certo tempo fa si poteva vivere in modo qualunquistico, dicendo "ma sì, sono tutte balle!". Chi fa affermazioni di questo genere oggi ha una colpa e una responsabilità grave, pur con tutti i distinguo relativi alle possibilità. Mediamente – e questa è una funzione che anche la scuola dovrebbe assolvere – non si può essere disinformati e non conoscere i meccanismi dell'informazione. Poi qualcosa su *Alitalia* e sulle borse.

Il Foglio di Giuliano Ferrara è più un giornale di opinioni, con tematiche culturali e anche con sezione dedicata all'economia con approfondimenti spesso di notevole interesse.

C'è poi *Il Giornale*, diretto dal piemontese Mario Giordano, schierato a centro destra (non è un mistero, basta saperlo...). È un giornale generalista, con una sua sezione economica, con anche una notizia su Novara, dedicato al *woodoo* – cronaca spinta! La pagina economica, che andiamo a guardare, perché potenzialmente è un *competitor*, si occupa delle fondazioni ex bancarie, che sono un operatore importante sul territorio. Ho anche una seconda copia del *Giornale*, perché c'è un analogo dorso del giornale per la Liguria. C'è poi *Liberò*, fondato da Feltri, che ha suo inserto con la carta salmonata, nato circa un anno fa, un dorso specifico economico con intenzioni anche bellicose rispetto ai concorrenti. Le spara un po' grosse ma ha un punto di vista interessante, perché un piccolo giornale quando vuole mordere si fa meno remore di un grande giornale come il nostro, sono più "corsari" di noi. *Liberò* apre con la vicenda di Eluana Englaro, caso complesso di etica. E la recessione è invece affidata al dorso di carattere economico. Ci sono anche altri temi, dove *Liberò* mercato cerca di affrontare questioni del mondo produttivo e delle associazioni di categorie. I giornali economici stanno molto attenti, con la crisi americana, a cosa succede alla realtà delle banche, con la loro fusione e mutamenti di scacchiere e le loro influenze sulle persone.

Poi *Repubblica*, che ha parte molto ampia dedicata all'economia, con diverse redazioni locali, e nel caso specifico c'è più la redazione di Torino che non piemontese, anche se a volte dedicano la loro attenzione all'intera regione. Da qualche anno *Repubblica* ha al martedì un inserto specifico sull'economia locale. Per certi anni la cadenza al Sole per l'informazione economica locale è stata bisettimanale con nord ovest e informazione economica locale, un ritmo massacrante. E *Repubblica* ha introdotto il suo inserto economico locale il giovedì. Quando dal 2005 siamo diventati monosettimanali sull'economia locale hanno piazzato il loro inserto al martedì, segno che c'è effettivamente un bisogno di questo tipo di informazione, da quando la gente si è abituato a leggere questo tipo di notizie.

Il secolo XIX ha sua radicazione in Liguria, ed è molto preparata sullo *shipping*, il trasporto merci nei tre scali di Genova, Spezia e Savona, e ciò che ruota intorno a questo mondo, l'indotto, tutti i traffici che nascono intorno a una certa realtà.

La Stampa, quotidiano nazionale, con il 90% delle sue forze a nord ovest. Da quando esistiamo noi, il termine nord ovest ha acquisito importanza ed è stato usato da altri. La Stampa apre con Eluana e mette la recessione al primo posto nella sezione economica. Si parla poi parecchio di crisi dell'auto, *Fiat* e mondo *Fiat*. La proprietà è un elemento sempre da considerare dal punto di vista dell'informazione economica. La Stampa è figlia della Fiat (è chiamata anche *La Busiarda...*), per

cui le questioni che riguardano la *Fiat* se sono buone sono amplificate, se sono imbarazzanti sono trattati un po' di più in punta di piedi. Ma ci sono aspetti deontologici che dovrebbero andare ben al di là della proprietà di un giornale. L'informazione asettica secondo me non esiste, ma ci deve essere un'informazione "onesta", soprattutto in campo economico. Se uno dà tutti gli elementi che descrivono una notizia eliminando gli orpelli, fa un buon servizio al lettore.

Vi ho anche portato Torino cronaca qui, che costa 20 centesimi e per l'informazione locale sta dando fastidio alla stampa. Non è la *free press*, che è tutto un altro settore. L'idea è stata quella di farlo costare così quando gli altri giornali costavano 80 centesimi, e 20 era il resto, invece di prenderlo lo lasciavi e ti prendevi questo. Fa la cronacaccia, ogni tanto ci prendono a volte invece esagerano, come è tipico dei giornali più popolari.

Il giornale francese *Les Echos* dedica un'attenzione particolare all'economia delle nostre zone, che sono un po' di confine con la Francia. Avere un occhio a questo giornale ci dà l'idea di ciò che accade.

E poi l'edizione del sabato del *Financial times*, che è un po' la Bibbia del settore, anche se *Il Sole 24 ore* è anche lui ben posizionato. È utile anche per esercitare la lingua e avere un punto di vista diverso.

Ci sono poi altri giornali specifici in Italia che si occupa di economia oltre al Sole. C'è *Italia Oggi*, diretto dal piemontese Bechis (abbiamo iniziato insieme in una radio torinese), un colore giallino per differenziarsi e formato piccolo, con titoli di fortissimo richiamo. Parla di Epifani, con la parola "psicodramma". Si lega ad associazioni di categoria e professionali, dedicando ad essere degli speciali, pagine molto specifiche, con molte cose più generali mutate dal Sole 24 ore, che in Italia ha fatto abbastanza scuola.

Poi *Borsa & Finanza*, che ha un suo inserto speciale del sabato, con riflessioni e approfondimenti di tipo molto specialistico sull'attività finanziaria, con consumi e prodotti che dobbiamo tenere in considerazione, ma che riguarda specialmente chi lavora nelle banche, nel credito.

Un serie di elementi da annotare per poi parlare della situazione economica della nostra microarea.

3 Il Sole 24 ore

Cerchiamo di capire come è organizzato, con un esempio concreto di come lavoriamo.

Per avere un'idea del profilo aziendale facciamo un po' di storia. Nasce nel '65 con fusione del *Il Sole* e il *24 ore*. Il gruppo ora raggruppa oltre 140 testate giornalistiche, con una complessa rete di corrispondenti nel mondo, 9 sedi nel mondo, 8 sedi di stampa... Una realtà enorme. È interessante notare, tendenza di un po' tutta la stampa, che si sta sviluppando come sistema editoriale integrato con giornale e altri tipi di servizi. Nel giornale trovo informazioni utili a me come manager, operatore economico, o semplice cittadino. Trovo su questo giornale tutte le notizie che mi interessano. Non abbiamo quello dello sport che invece hanno più spazio sul sito Internet. Si diceva qualche anno fa che l'on-line farà sparire la carta stampata. Non è così. Il fenomeno della free press ha rialzato le sorti della stampa. Ma il futuro è quello dell'integrazione tra carta, on-line e radio.

Il quotidiano che uno trova al mattino in edicola ha una media di circa 350 000 copie diffuse, 170 000 abbonamenti, che fanno sì che insieme ad *Avvenire* hanno più abbonati di tutti, il più alto

tasso di fidelizzazione di lettori, con interesse particolare per gli argomenti affrontati. Sono aumentati nel corso degli anni le rubriche, che cambiano a seconda dei giorni, e magazine mensili come *24*. Ci sono altre costole del giornale, con l'agenzia *Radiocor*, agenzia di informazione. Dietro ai giornali ci sono le agenzie di stampa, come nel caso dell'*ANSA*, i cui azionisti sono i principali giornali. Siamo abbonati, e riceviamo tantissimi lanci al giorno, migliaia, con difficoltà di discernimento, ovviamente. *Radiocor* fa solo lei 600 lanci al giorno. C'è poi *radio 24* e "24 minuti" la free press per ora sperimentale su Milano e Torino.

Il Sole si è strutturato su varie società. C'è un settore di editoria tradizionale con casa editrice che pubblica libri, la cosiddetta "terza gamba", i prodotti collaterali che si vendono insieme con i giornali, insieme con gli abbonamenti e gli investimenti pubblicitari, che reggono i giornali. Poi editoria elettronica, con banche dati messe a disposizione a pagamenti, progettazione di pacchetti software per piccole aziende. E poi *24 ore formazione*, che organizza corsi di formazione, *e-learning*, *business school*, e servizi personalizzati, per cui se uno di voi che ha un'azienda e ha bisogno di studiare un evento particolare per lanciare un'azienda o un prodotto, ci sono specialisti in grado di farlo.

Per darvi l'idea dell'informazione economica attraverso *Il Sole*. 1,12 milioni di lettori. È una misura diversa rispetto alla *free press*, perché lì è conteggiata *one to one*, mentre *il Sole* e gli altri giornali li leggono più persone sia a casa che in ufficio. Circa 70-30% uomini-donne. Con prevalenza fisiologica del nord ovest (in cui qui è contenuta anche la Lombardia, nel linguaggio dell'*Istat*). Il profilo dei lettori vede una discreta fetta di imprenditori e liberi professionisti e molti impiegati. La classe sociale è la middle class, quindi non un giornale di vip, ma di persone di livello medio che desiderano sapere con una certa autorevolezza cosa accade nel campo della finanza ma anche dell'amministrazione pubblica. E possiamo anche vedere una panoramica degli speciali che compaiono nel corso della settimana. Abbiamo ad esempio "Affari privati" che appare il lunedì e ha una forte vocazione di servizio. Il martedì Finanza e Mercati e rapporti specialistici (il 25 novembre uscirà un rapporto sul Piemonte di cui mi sto occupando), il mercoledì è il giorno con gli inserti di economia locale (nord ovest, nord est, centro nord, Lombardia, sud). Sono dorsali che tendono a regionalizzarsi, perché in queste macro aree ci sono realtà molto diverse, che conviene affrontare con attenzione specifica. Il sabato abbiamo anche Plus24, che è pensato non per gli specialisti, ma anche i semplici cittadini, la classe media che è l'ossatura del nostro giornale, che vuole sapere cosa fare con i fondi. La domenica c'è il "*Domenicale*" un dorso dedicato alla cultura, con un suo bacino specifico di affezionati lettori. C'è anche *Mondo immobiliare*, che studia il settore specifico degli immobili. Il venerdì si parla anche di attività marittima, grazie a una redazione di Genova specializzata in questo settore, che racconta cosa fanno i maggiori porti italiani, com'è il settore della produzione degli *yacht* di lusso. C'è anche *Esperto risponde*, un'informazione di servizio, con un esperto che con garbo dà gli elementi per ragionare su varie questioni proposte dai lettori. Solo Sardegna, Abruzzo e Molise sono rimaste fuori dalla copertura delle informazioni locali, ma stiamo cercando di provvedere a coprire anche loro. C'è poi sito *Arteconomy*, che monitora l'arte, ad esempio le case d'aste, in cui abbiamo visto che il vento della crisi non è entrata, con l'arte che può diventare bene rifugio più sicuro delle banche. E poi c'è il magazine *24*, che si dedica allo stile di vita, racconta storie ed esperienze. Nel numero di oggi si dedica attenzione a un viaggio in Italia, per il quale anch'io ho scritto andando a scovare qualcosa di inedito e insolito. Poi c'è *Il maschile* (IL

Intelligence in Lifestyle. Il nuovo *magazine* mensile del *Sole 24 ore*), cosa che giornalmisticamente non mi attrae molto, ma se serve per portare a casa un po' di pubblicità e scrivere qualcosa di interessante come approfondimento, ben vengano queste cose anche se non sono il nostro *core business*. C'è poi *English 24*, che può essere uno strumento utile per tenere in allenamento l'inglese. C'è *House*, trimestrale, con ville stupende da guardare. *L'Impresa*, *Aspenia* (con dietro *Aspen Institute* sezione italiana), poi *PC open* e *Applicando* acquisiti da poco. E poi *24 minuti*, un esperimento nel campo della *free press*, diffuso alle 17 e chiuso alle 14, stampato al volo e consegnato a una serie di "strilloni" che lo danno in metrò e all'uscita dagli uffici.

C'è poi *Radio 24*, generalista e in chiaro, che sta funzionando. Nel 2000 si era sull'onda della *net economy*, prima che scoppiasse la bolla di titoli gonfiati e non sostenuti dall'economia reale, *Il Sole* si era avventurato anche in una tv satellitare, ma la tv costa molto più della radio, e c'erano già – a livello internazionale – *competitor* importanti, per cui è un settore in cui stiamo smobilitando. Invece la radio è uno strumento molto comodo, si può lavorare molto bene con il telefono... Gli ascoltatori sono in crescita costante, con prevalenza maschile, con percentuali alte di imprenditori, professionisti e più di tutti i pensionati.

Abbiamo il sito Internet, di cui Massimo può dirvi molto di più. Noi abbiamo nel cartaceo rimandi all'*on-line*, in cui occorre essere estremamente rapidi, con linguaggio essenziale e asciutto che dia al visitatore tutto quello che serve in poche righe. Nascono nuove professionalità, come quella del *web designer* che deve rendere il più possibile facile e intuitivo l'uso e l'accesso alle diverse sezioni. L'utenza è più giovane, radicata al nord, e per il 50% non leggono il giornale cartaceo. C'è anche un *bookshop on-line* con un ottimo fatturato.

Abbiamo un'agenzia pubblicitaria che consente di fare inserzioni pubblicitarie su tutti i nostri prodotti editoriali.

4 Il giornalismo economico

Massimo Donaddio: Abbiamo fatto una panoramica dell'informazione economica sui quotidiani italiani ed esteri e abbiamo parlato de *Il Sole 24 ore*... cosa che abbiamo fatto non per autopromozione, ma perché è una realtà unica in Italia nella sua articolazione e importanza, eccezionale anche nel panorama europeo. Ora Francesco Antonioli ci parlerà di alcuni nodi problematici e aspetti importanti di questo mestiere, trattando il rapporto con le fonti e con un *focus* sull'economia locale piemontese.

Antonioli: come strumento può essere utile leggere alcune pubblicazioni de *Il Sole 24 ore*, se avete interesse per l'economia. Vi segnalo un volume che si intitola *Come si legge il Sole 24 ore*, che spiega i grandi temi dell'economia e del diritto, perché la Borsa si chiama così, cosa curiosa (ha radici medioevali e che ha a che fare con famiglia di Bruxelles ecc.), con carattere divulgativo e tecnico, e per chi volesse cosa un po' più semplice c'è *Le parole del Sole 24 ore*, una sorta di glossario. Sono strumenti utili che potete avere sulla scrivania se vi occupate di queste cose.

4.1 La deontologia dell'informazione economica

Volevo dirvi un paio di cose importanti nello scenario dell'informazione economica sui doveri di chi fa questo mestiere. Alcuni doveri sono quelli comuni ad ogni comunicatore. Due documenti

potete trovarli on-line, con la carta dei doveri dell'informatori economici, che trovate sul sito dell'ordine dei giornalisti. È stato pubblicato nel 2007 come segnale e rafforzamento dopo gli scandali spaventosi che ci sono stati a livello mondiale e italiano. Pensato al buco dei *bond* argentini e al crack *Parmalat* e *Cirio*. C'è una responsabilità da parte di chi fa informazione, perché nel ricevere le informazioni dalle fonti e nel diffonderle c'è qualcosa di molto delicato: se dici che la *Parmalat* fa faville e poco dopo tutto diventa carta straccia, c'è qualcosa che non va. Vi leggo alcuni punti di questo codice deontologico. Sono punti che sono stati recepiti anche da un codice di autodisciplina come *Sole 24 ore* ci siamo dati.

Il giornalista non altera le notizie, anche quando riguardano il suo editore e il suo referente politico. Se sono un giornalista che si occupa di economia nel gruppo *Espresso - Repubblica* sono tenuto a scrivere in modo oggettivo e chiaro anche ciò che riguarda l'ing. De Benedetti.

Il giornalista non può riferire circa azioni o titoli di cui si occupa a livello professionale o per il quale ha interessi privati: non posso scrivere di azioni *Fiat* se sono titolare io stesso di queste azioni, oppure se in qualche modo mia moglie è detentrica di una maggioranza di azioni di una certa azione quotata.

Regali da privati o enti pubblici tali da condizionarlo o ledere la sua immagine non possono essere accettati. Un conto è una scatola di gianduiotti o una bottiglia di vino rosso, ma un altro se accetti un pacchetto di vacanza alle Seichelles per tutta la famiglia da parte di una banca per cui scrivi, o se scrivi per la Fiat e viaggi gratis sulle loro auto. La debolezza umana rende facile cascare in certi tranelli..., ma il giornalista deve rispondere al lettore, e non tradirne la fiducia. Uno può avere legami di parentela con un'azienda, ma può evitare l'impeachment, evitando semplicemente per quell'argomento, perché si può fare anche il danno del giornale, perché se poi si scopre che tuo fratello è l'amministratore delegato dell'azienda su cui scrivi... E parlare di un'azienda che sullo stesso numero del giornale fa un'inserzione non va bene, perché non è credibile. È una cosa più sottile a livello locale, con i *case history*, le cose carine da raccontare, una bella storia d'azienda positiva. Tu scrivi questa cosa, e poco dopo il tuo agente pubblicitario telefona a questa azienda chiedendo di fare pubblicità sul giornale: è una cosa poco elegante... Poi ci sono naturalmente molte sfumature.

Poi a livello di giornale parliamo di posizione verso gli esterni, di necessità di non abusare: "se non mi fai questo favore, sul nostro giornale della tua azienda non parliamo più". È una tentazione che a un giornale importante può venire, ma che non è ammissibile dal punto di vista deontologico.

4.2 Il delicato rapporto con le fonti

Il rapporto con le fonti è delicato. Uno è tenuto a non dichiararle, per una questione di riservatezza. Ma è importante al contrario, quando si citano dei *report* finanziari e casi di studio, dire da dove vengono fuori questi dati. Noi sempre in modo maniacale indichiamo la fonte: *Banca d'Italia*, *Centro studi dell'artigianato*, *Istat* ecc. Poi c'è l'altra parte della barricata, che oggi costituisce un capitolo importante, e riguarda tutti coloro che fanno comunicazione d'impresa, giornalisti o no. Oggi ci troviamo in un mercato del lavoro inflazionato da chi si occupa di comunicazione. Sono nate come funghi facoltà di Scienze della comunicazione, anche licei che trattano questo campo, come al liceo classico che frequentano i miei figli. Ritengo che a lungo andare questo tipo di ragionamento diventi una fabbrica di illusioni e una truffa nei confronti di chi

è giovani, illuso di diventare Montanelli mentre il mercato non ha sbocchi. Siamo d'accordo che occorra una formazione su queste cose, e non affidarsi solo alla formazione garibaldina della sola gavetta per diventare giornalista, con cooptazione dall'alto dopo anni di precariato... Ma anche chi si rivolge redazioni dei giornali devono avere un comportamento corretto. Chi ti chiama dice sempre di essere leader di mercato, e quando chiedi alcuni dati, dicono: "questo però sarebbe meglio non dirlo...", emergono zone d'ombra. C'è diritto per l'intervistato di chiedere di leggere i virgolettati, ma che un ufficio stampa chieda di vedere l'articolo prima che esca è al di fuori del limite della correttezza, siamo al limite delle cosiddette veline delle cose già pronte che ti sono date per essere pubblicate. Chi fa così lede il rapporto di fiducia con il lettore. Se ci fosse un buco bestiale, un ammanco non raccontato, danneggia il lettore e scredita il giornale. Piccole realtà hanno tutto l'interesse a comparire sulle nostre pagine, come "patente di autenticità", "Ha parlato di noi anche *Il Sole 24 Ore*, e quindi siamo autorizzati a...". È una cosa molto delicata.

4.3 L'economia locale nell'Italia nord ovest

Parliamo dell'economia locale. Per capire come ci muoviamo sulle fonti, alcuni dati di panorama generale. Negli ultimi 20 anni la nostra regione ha avuto forti trasformazioni del tessuto produttivo. Predominava la tessitura, con grandi industrie, e tutto il resto che ruotava attorno. Una specie di modello fordista, *one company town*, come a Torino con la *Fiat*. Era così con gli anni '60, ma le varie crisi hanno portato a un mutamento genetico. L'indotto della *Fiat* ha compiuto un'azione di diversificazione del mercato. C'erano aziende che vivevano solo per la *Fiat*, ma quando la *Fiat* chiudeva il rubinetto finivano a gambe per aria. E allora hanno cominciato a diversificare, mettendo a frutto il loro *know how*, bussando alla *Renault* e ai produttori tedeschi: parallelizzando i contatti porti a casa più lavoro. E così ci sono aziende di medie e grandi dimensioni che lavorano anche all'80% per il mercato estero. La grande industria si è ridotta e si è sviluppato il terziario avanzato, i servizi alle imprese e ciò che è legato alle alte tecnologie: l'aero-spaziale, la tecnologia senza fili (*wireless*), l'enogastronomia (Monferrato, Langhe e un po' ovunque, con agriturismo di alta qualità che porta ricchezza anche grazie a stranieri che li visitano), il turismo congressuale (in grandi poli come Torino e aree come Stresa, dove spesso si svolgono congressi, che orientano l'economia su questi elementi). Arriviamo alla fine degli anni '90, con esplosione della *net economy*, con sviluppo della finanza *on line* e con l'11 settembre c'è giro di boa, con trimestri negativi che si susseguono, con riduzione dei consumi, conti in rosso, crisi della *Fiat*, con *General Motors* che invece di risollevarla come partner la danneggia. Con il 2005 iniziano i preparativi per le olimpiadi invernali del 2006, e la *Fiat* riprende fiato, con i nuovi manager Montezemolo e soprattutto Marchionne che dà una svolta di ripresa alla *Fiat*, realtà importante per Torino. Le olimpiadi fanno da volano, dando slancio all'economia come immagine della città e *business* delle costruzioni e realizzazione dell'alta velocità. Ora siamo ancora a una battuta d'arresto. Nel frattempo cambia anche lo scacchiere del credito, il sistema bancario. È importante ragionare su questo perché avrete sentito parlare del *credit crunch*, la stretta del credito: le banche quando il piccolo imprenditore o artigiano andrà a chiedere 20 000 euro, la banca dirà: non te li posso più dare, perché c'è crisi di liquidi. Sarà un problema vero, e bisognerà trovare le contromisure. Prima c'erano strutture bancarie radicate sul territorio, ma ci sono poi state fusioni progressive, che hanno spostato l'asse più su altre zone, come la fusione di

San Paolo con Intesa, che ha spostato l'asse più su Milano che su Torino: la banca ha respiro più internazionale, ma ha meno radicamento sul territorio. Le banche di credito cooperativo come il gruppo Sella di Biella hanno mantenuto le radici sul territorio, con rapporto personale con imprenditori e commercianti che davano maggiore sicurezza dal punto di vista economico. Con il nord ovest pensiamo a questi aspetti ragionando perché il giornale dia un servizio al lettore. E sono questi i nodi problematici che andiamo a toccare, guardando alle due emergenze del futuro: sono stati fatti passi in avanti ma siamo al palo con le infrastrutture, al di là dei ragionamenti specifici su quello che è avvenuto in Val di Susa con i no TAV e l'atteggiamento *nimby* (*not in my back yard*, cioè fate tutto quello che volete per servire la regione, purché non sia fatto vicino a dove abito io), ma siamo intasati con i trasporti. Siamo in crocevia di comunicazioni, e occorre che le merci non solo arrivino ma possano essere anche trasformate sul territorio, non solo essere spostate e passate di lì. E la possibilità dell'accesso al credito, che cerchiamo di monitorare, rilevando tutto ciò che è fatto per l'attività imprenditoriale che ne ha bisogno come dell'ossigeno. I consorzi fidi sono intermediari tra banche e imprese che ne sono socie, per dire: il sig. Rossi lo conosciamo, sappiamo come lavora, e vale la pena dargli fiducia. Poi ci sono le norme europee, come il *Basilea 2*, che sono strumenti per assegnare classi di merito a un'azienda, guardando il bilancio, la liquidità, i rapporti con i fornitori e le strategie di *marketing*. E poi c'è lo snodo tra la vita dell'impresa e la pubblica amministrazione. Indipendentemente dalle valutazioni politiche che insanguinano la nostra vita politica, è indubbio che l'Italia è malata di democrazia. E sapete quanto questo blocca la vita produttiva italiana. Perciò cerchiamo di capire come l'amministrazione pubblica interagisce con le imprese e i cittadini. E cerchiamo di interagire con il resto del mondo *Sole 24 ore*, anche se non è sempre facile, a seconda anche delle caratteristiche personali dei colleghi con cui siamo chiamati a collaborare.

Sfogliamo l'inserito *Nord ovest*. In prima pagina mettiamo in vetrina le cose più importanti e curiose. La Valle d'Aosta è regione autonoma con molti ammortizzatori, fondi erogabili ecc., che paradossalmente rischia di danneggiare l'economia, perché ci si abitua all'assistenza di mamma regione. Poi abbiamo le pagine del primo piano, dove mettiamo sotto la lente tematiche forti. Parliamo di cassa integrazione, agenzie interinali, qualche *case history* che cerchiamo sempre di mettere a complemento delle enunciazioni di carattere generale. Il discorso dei contratti a termine. Abbiamo cercato di fare un lavoro un po' certosino di analisi dei numeri: torturando le statistiche possiamo far dire loro tutto ciò che vogliamo. Ma un ragionamento serio sui numeri ci dà la base per poter fare dei ragionamenti. Poi parliamo dei centri commerciali, per vedere cosa succede in tempo di crisi. Un'esperienza significativa del Canavese, con alcuni *designer* di grido mandate in aziende tradizionali, per cercare di creare nuovi mercati grazie all'innovazione. Ci occupiamo di zootecnia, settore forte della nostra area (mercoledì prossimo parleremo del riso). Teleriscaldamento. E poi un'attenzione al Savonese. Andiamo in edicola il mercoledì, ma il giornale è stampato lunedì notte, cioè abbiamo un gap di un giorno e mezzo. Dal punto di vista del ragionamento delle cose da mettere sul giornale questo ci sposta un po' le cose. In 9 anni con alcune fonti abbiamo ottenuto che determinati eventi siano posizionati il martedì mattina, e riusciamo ad avere sotto embargo il materiale qualche giorno prima, in maniera che il mercoledì usciamo con le notizie pronte sul giornale. La programmazione che facciamo è molto d'anticipo. Cosa che richiede sforzi cerebrali, mentre lavorare giorno per giorno per un quotidiano è più semplice. Poi parliamo

delle mele, che sono state spunto anche per la “foto-notizia” in prima pagina, in cui campeggiano le mele in fotografia. In edizioni precedenti ci siamo occupati anche della sicurezza del lavoro, a seguito della tragedia della *Tyssenkrupp*, dando spazio anche ai sindacalisti, anche se come azionista di riferimento abbiamo Confindustria: è segno di terzietà, di voler comunque andare in fondo alla notizia. E poi un approfondimento sulla giustizia, per capire chi sono i “magistrati onorari”, che collaborano con la giustizia. Ne è uscito un quadro abbastanza allarmante. Se non ci fossero loro la giustizia andrebbe a carte quarantotto. Poi abbiamo sempre un quartino di servizio, dedicato a una legge, un quartino normativo in cui diamo conto – con un lavoro di cesello – che spiega cosa è pubblicato sulle gazzette ufficiali locali e su cosa bolle in pentola circa leggi regionali, confrontando quello che succede nelle diverse regioni. Mercoledì prossimo faremo ad esempio una radiografia su ciò che succedere nella normativa dello sci. Ci occupiamo dell’edilizia sul territorio. E poi c’è una parte che difendo, come decano di anzianità di servizio, dedicata alle tendenze: siamo andati ad Arezzo a vedere come funzionano gli agriturismi, con l’esperienza delle fattorie didattiche, e ci occupiamo di cultura d’impresa. Andiamo a cercare anche le radici economica, la storia, figure di *manager* illuminati del passato: un modo per dare visibilità alle scelte concrete che gli uomini fanno in una determinata realtà.

5 Dibattito

Domanda: come faccio a scegliere tra migliaia di notizie che arrivano dalle agenzie?

Antonioli: dipende da che tipo di giornale scrivi, per cui cosa accade negli spogliatoi della *Juventus* non mi interessano. E siccome scrivo per l’economia del nord ovest filtro ciò che riguarda queste aree. Poi mi interessa capire cosa accade con la riforma universitaria ma con attenzione al territorio e a quanto sono frequentati i corsi. E poi c’è anche aspetto di nostra creatività: leggendo i giornali capiamo che cosa c’è nell’aria e di cogliere le ricadute sul territorio di grossi temi, per capire come funzionano. E poi altro grosso strumento di lavoro è l’agenda: sappiamo che a Torino si parlerà di logistica nei prossimi giorni, e cerchiamo di anticipare la tematica lanciando il convegno. O cerchiamo di fiutare se ci sono persone che stanno emergendo tra i giovani, con attenzione al rinnovamento della classe dirigente. È un problema non da poco quella della gerontocrazia, la ricollocazione di *ex manager* con molti anni sulle spalle... Telefoniamo ai docenti universitari per vedere se ci sono ricerche. Un mestiere un po’ di cani da trifole per vedere se ci sono cose interessanti, pepite da fare emergere in una realtà, quella economica, che ha un po’ sempre il sapore di un settore un po’ triste...

Domanda: la nostalgia per le vecchie lire. L’introduzione dell’euro è stata positiva?

Antonioli: non sono un esperto di flussi monetari. All’inizio le imprese ci hanno un po’ rimesso con le esportazioni, perché con euro forte la lira svalutata creava più opportunità di vendite all’estero. Ma l’euro forte è stata diga strategica che ha arginato molto l’onda d’urto della crisi arrivata da oltre oceano. Avere una moneta unica ha fatto sì anche che nelle politiche globali in eurolandia si è fatto fronte comune, cosa positiva. Anche i più refrattari che inneggiavano al ritorno della lira hanno dovuto ammettere che è stato un bene.

Domanda: ho letto che la situazione che si è creata è anche responsabilità dei giornalisti, quanto contano le cose che si leggono?

Domanda: etica e rapporto con le fonti. Un'azienda che conosco bene decide di chiudere la sede di Milano e di trasferire tutto a Roma, licenziando un po' di persone. Consiglio di amministrazione si deve riunire con i sindacati, e ancora prima esce sul *Sole 24 ore* tutto il piano di ristrutturazione spiegato nei dettagli, cosa certamente problematica. La cosa deve essere certamente uscita dall'azienda. Ma il giornalista che riceve questa informazione è corretto che la pubblichi la mattina quando nel pomeriggio ci sarà il consiglio di amministrazione?

Domanda: cosa ne pensa dell'ingresso della Turchia nell'Unione europea?

Antonoli: il mercato borsistico è molto sensibile al *rumor*, dietro i quali possono celarsi sciacalli speculatori. Quando è morto Pinin Farina il titolo ha avuto un tonfo, prima ancora che ci fosse la crisi, perché qualcuno voleva specularci. Quindi come giornalisti dobbiamo mantenere un equilibrio, quando ci sono titoli troppo sparati e strillati. Nei giorni di panico scorsi, la mia portinaia diceva: cosa faccio dei miei soldi in banca ora che va tutto a rotoli? Le ho detto: lei che ha certamente meno di 103 000 euro sul conto come me è coperto da assicurazione.... Non tutti hanno lo stesso livello di lettura, alcuni leggono solo i titoli. Diventa davvero un discorso di responsabilità sociale. La contromisura è che nel mondo della formazione si studi come funziona il circo dei mass media, a tutela delle persone più deboli e meno garantite.

Sul caso dell'azienda di Milano dovrei conoscere meglio, ma ci sono due elementi da valutare: se uno riesce ad avere il piano completo e lo si riporta così com'è può essere anche un servizio, diverso sarebbe se uno lo pubblica per denigrare alcune componenti sindacali, con un gioco di sponda, in modo sporco. Se si ricevono notizie da fonti certe aziendali o sindacali... A volte da fonte sindacale ci è giunta notizie di crisi di cui l'azienda non voleva assolutamente parlare, ma ne abbiamo parlato. Un'azienda torinese voleva espandersi all'estero con un accordo che rischiava di saltare se avessimo pubblicato una notizia che avevamo appreso, il manager ce l'ha detto e abbiamo scelto in quel modo. *Il Sole* non è indenne probabilmente da scivoloni ed errori, a volti commessi in buona fede, a volte un po' meno. Noi abbiamo sia giornalisti interni che collaboratori esterni, che devono piazzare bene la loro merce con noi e allora tutto ciò che ci propongono ha sapore di scoop, ma bisogna esaminarlo bene...

Per l'ingresso della Turchia in Europa, dire che fa parte effettivamente dell'Europa è difficile. C'è una carica ideologica che pesa. Alle volte occorre avere anche l'umiltà di dire: non so bene, sto cercando di informarmi. Più si hanno dubbi, meglio è... "finché siamo inquieti possiamo stare tranquilli".

Massimo Donaddio: a proposito della comunicazione su Borsa e finanza, è vero, c'è forte dipendenza tra salita e discesa delle borse e delle notizie. A livello di testimonianza posso dire che dopo un po' di giorni di difficoltà dell'economia mondiale, il direttore ci ha detto: attenzione ai titoli, dobbiamo sgonfiarli. Crolla, tonfo, baratro, crack. Piano, ritorniamo a titoli più moderati, e abbiamo ricevuto ogni tanto anche qualche arrotondamento di titolo, limati e annacquati, per frenare l'impazzimento della comunicazione. Un invito autorevole di una persona, Ferruccio De Bortoli, che è l'autorità massima in Italia per la comunicazione in campo economico. Io che posso accedere al sito e vedere come lo usano gli utenti, vi posso dire che questo va contro i nostri interessi, perché sistematicamente i titoli allarmistici vendono molto di più di quelli tranquilli, drasticamente di più, e per noi sono soldi in termini di prezzi che chiediamo per chi pubblica inserzioni pubblicitarie sul sito... Come vedere siamo anche noi coinvolti in processi di discernimento delicati. In questi giorni

è anche accaduto che una banca grande si è trovata in grandi difficoltà e abbiamo ricevuto pressioni dal loro amministratore delegato perché si allentasse l'attenzione nei nostri confronti, e la nostra direzione, con quel difficile discernimento tra dovere di cronaca e tutela di rapporti di potere, ci ha indotti a un'attenzione particolare nel trattare questa tematica, perché la cosa ci metteva in difficoltà eccessiva con questo gruppo.