

- 28 Oltre 87mila visitatori al Macef Autunno 2001
- 28 Torna alla tradizione e apre a nuovi mercati il Florence Gift Mart
- 28 Feria de Madrid a tutto gas di *Giovanni Paparo*
- 31 Festeggiato a Trieste il decennale italiano di Mpi
- 31 Btc International presenta i risultati di Domanda Italia per il 2002
- 33 Il mercato delle strutture leggere... questo sconosciuto di *Vanni De Rossi*



- 34 Due milioni di visitatori esteri alle fiere in Germania
- 35 La Mostra Convegno Expocomfort torna a marzo con un'edizione record di *Andrea Bigotti*
- 37 **Speciale Pianeta informatica & telecomunicazioni**
Turismo - Hotellerie
- 47 La Germania di qualità
- 48 Natale incantato in Alto Adige di *Maria Cristina Paparo*
- 49 Il Grand Hotel dei Dogi, a Venezia di *Maria Luisa Negro*
Giramondo
- 50 L'arcipelago di Capo Verde Kufstein, la città sinfonica di *Silvio Fiore*
- 50 Slovenia: verde, natura, gastronomia, terme, sport, ... e congressi di *Roberta Milanaccio*
- 53 **Libri**
Motornews
- 55 Salone nautico di Genova: barche da sogno che non conoscono crisi di *Giovanni Paparo*



“Il risparmio tradito Come difendersi da bancari, assicuratori... e giornalisti”



L'articolo di presentazione, sul N. 23/2001 di Famiglia Cristiana, era di quelli che ti lasciano con l'amaro in bocca e anche col desiderio di andare più a fondo, alla fonte diretta. Così mi sono procurato Il risparmio tradito, libro di Beppe Scienza, docente di Metodi e modelli per la pianificazione economica all'Università di Torino, pubblicato da Edizioni Libreria Cortina Torino, dopo essere stato rifiutato da 18 editori.

La lettura del libro - il cui sottotitolo, Come difendersi da bancari, assicuratori... e giornalisti, mi sembrava offrire qualche nota di speranza - mi ha lasciato addirittura sgomento. Malgrado quelle denunciate siano quasi tutte cose intuitive, immaginate come possibili dalle persone più smalziate, soprattutto da chi lavora nel mondo della comunicazione, mi ha colpito la presentazione di una strategia d'attacco, da parte di bancari, assicuratori... e giornalisti, così sistematica, così penetrante, così totale, da non lasciare scampo. L'unica via d'uscita proposta sarebbe quella di “imparare a ragionare con la propria testa”, ma quando ragioni su dati manipolati ... ?

Manipolati alla fonte dalle banche, che ingannano spudoratamente i loro clienti con presentazioni ingannevoli, comparazioni fasulle, consigli interessati e penalizzanti, come nel caso dei loro Certificati di deposito; dai fondi comuni d'investimento “Con una regolarità scandalosa i gestori dei fondi italiani riescono a fare peggio dei mercati dove investono”; dalle assicurazioni con “Polizze vita” inutili. Una presa in giro se non peggio. Ecco che cos'è la tanto decantata previdenza integrativa che banche, assicurazioni e promotori finanziari hanno rifilato finora ai risparmiatori italiani”.

Fin qui saremmo in un campo dove il risparmiatore può usare una prudente diffidenza, sapendo di trattare con una fonte interessata a piazzare il proprio prodotto. “Ma il vero problema - secondo Scienza - è un altro. È la qualità media del giornalismo economico-finanziario in Italia. È logico infatti che un risparmiatore si aspetti di ricevere lumi da una fonte d'informazione che si presenta come indipendente. Ossia la stampa. Peccato che molti articoli siano invece così infarciti di frasi promozionali da sembrare scritti da pubblicitari più che da giornalisti”.

Il documentatissimo panorama che Scienza presenta è sconsolante, ma forse persino ottimistico: sarebbe troppo bello se la maggior parte dei problemi risiedesse solo in una stampa deviata. È vero che i giornalisti nella maggior parte bevono quello che confezionano gli uffici stampa delle aziende, ma il più delle volte non hanno alternative. Gli argomenti sovente sono così complessi, e le informazioni così ben custodite, che trapela solo quello che i vertici vogliono far conoscere e ci sono esempi di tanti problemi che riguardano la sicurezza sul lavoro, la salvaguardia dell'ambiente, la difesa della salute, la prevenzione di catastrofi, ..., non solo quindi questioni di finanza e risparmio, che la stessa magistratura fatica a risolvere in decenni di lavoro. E che dire delle Università, dei Politecnici, quasi tutti finanziati coi nostri soldi? Quante sono le ricerche prodotte in scienza e coscienza per illuminare per tempo cittadini, amministratori e giornalisti su tanti temi d'interesse collettivo?

Naturalmente ci sono anche giornalisti troppo condiscendenti o addirittura corrotti, e le redazioni economiche delle stesse testate specializzate anziché rivolgersi a organismi o istituti indipendenti sovente si avvalgono del supporto dei loro clienti inserzionisti. Ma le ricerche autonome costano. E gli editori, come tutti gli imprenditori devono guardare ai conti. Se è vero che il cliente ha sempre ragione, dobbiamo riconoscere che in misura sempre più ampia il cliente non è il lettore, ma l'inserzionista, cui può fare gioco che il mezzo si presenti come indipendente.

Giovanni Paparo