

INFORMAZIONE

Consumatori snobbati dai giornali

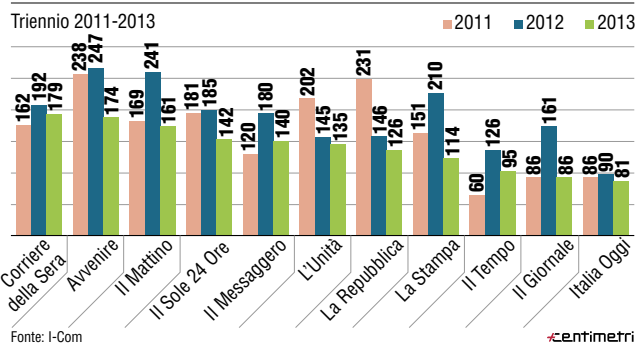
I temi sul mondo dei consumatori sono meno presenti sulle pagine dei quotidiani rispetto al passato. Lo afferma il Rapporto 2014 dell'iCom, presentato nei giorni scorsi a Roma

Affogate nella politica, le prime pagine dei quotidiani italiani trascurano spesso le questioni sociali, quelle che riguardano la vita di tutti i giorni dei consumatori e dei cittadini in genere. La conferma arriva dall'ultimo rapporto dell'iCom, l'istituto per la competitività, presieduto da Stefano da Empoli, che annualmente prende in esame tutto ciò che riguarda il mondo dei consumatori, dalle normative italiane ed europee all'attività delle Authority, dalle politiche aziendali alle iniziative delle associazioni.

Il Rapporto 2014, curato dall'Osservatorio iCom sui consumatori diretto da Giorgio Marini e presentato il 15 aprile a Roma, presenta tutti i protagonisti sia pubblici sia privati di questo variegato mondo, dedica (come già era avvenuto nelle due precedenti edizioni) un capitolo alla 'Rappresentazione dei consumatori nella stampa quotidiana'. Il primo risultato che balza agli occhi è proprio la minore attenzione dedicata dai giornali italiani ai temi della tutela dei consumatori rispetto allo scorso anno. Un calo che si registra in tutti gli undici quotidiani presi in considerazione: *Corriere della Sera*, *Avvenire*, *Il Mattino*, *Il Sole 24 Ore*, *Il Messaggero*, *L'Unità*, *La Repubblica*, *La Stampa*, *Il Tempo*, *Il Giornale* e *Italia Oggi* (i quotidiani nazionali con più di 160mila lettori nel giorno medio secondo Audipress).

L'indagine è stata condotta analizzando, grazie al motore di ricerca della biblioteca del Senato, quante volte i nomi delle 18 principali associazioni dei consumatori compaiono negli articoli dei suddetti giornali nel corso del 2013. Il quotidiano che riserva la maggiore attenzione alle associazioni e a temi del consumerismo è il *Corriere della Sera* con 179 citazioni (l'anno precedente erano 192), seguito dall'*Avvenire* (174 citazioni, molte meno rispetto ai due anni precedenti, quando erano 238 e 247); i cali maggiori li hanno fatti registrare *La Repubblica* (al settimo posto con

Articoli sui temi della tutela dei consumatori



126 citazioni, contro le 231 del 2012) e *L'Unità* (135 citazioni nel 2013, 202 nel 2011), ma anche per *Il Mattino* e *La Stampa* si registra una notevole flessione rispetto a due anni fa; significativa, infine, la contrazione del *Giornale*: -47% in un anno.

Secondo i ricercatori dell'iCom questa tendenza rifletterebbe una minor fiducia nella capacità delle associazioni di rappresentare con voce autorevole aspetti non solo consumeristici ma più generali della società. Molte associazioni dei consumatori tendono infatti a estendere il loro raggio d'azione, veicolando il proprio messaggio attraverso la figura del leader, al pari degli esponenti della politica e delle altre parti sociali. Una ricerca dell'attenzione da parte dei media in cui eccelle il Codacons, a volte - aggiungiamo noi - anche con iniziative molto discutibili come la recente campagna contro le vaccinazioni, che ha suscitato reazioni sdegnate da parte della comunità medica e scientifica. Un atteggiamento che comunque paga: la ricerca dell'iCom ribadisce infatti il primato del Codacons in termini di citazioni, che aumenta di anno in anno la sua popolarità sulla stampa quotidiana: dal 29% di citazioni nel 2011 si passa al 34% nel 2012 e al 38% nel 2013. Seguono in classifica Federconsu-

matori (23%) e Adusbef (20%); più distanziate le altre associazioni, come Cittadinanzattiva (5%), Adiconsum e Altroconsumo (4%), Adoc (2%), Movimento consumatori e Assoconsumo (1%).

Un fatto caratteristico rilevato dal rapporto dell'iCom è la 'stagionalità' dell'attenzione riservata ai temi dei consumi, molto più presenti sulle pagine dei giornali nei periodi dei saldi e in concomitanza con le vacanze estive e invernali, quando si parla molto, ad esempio, delle tariffe dei trasporti e dei prezzi dei carburanti.

Picchi di attenzione si verificano in occasione di eventi molto sentiti dall'opinione pubblica: nel 2012 l'affondamento della Costa Concordia, nel 2013 lo scandalo della carne equina trovata nei tortellini Buitoni, la Robin tax sulle bollette energetiche, l'incidente aereo dell'Atr 72 a Fiumicino e l'inchiesta Alitalia sull'uso in subappalto di aerei romeni. Ma è nel settore della finanza che si registrano i picchi più marcati, prima con la vicenda Monte dei Paschi di Siena e lo scandalo derivati, poi con il processo Fondiaria Sai.

Il Rapporto iCom prende in esame anche le citazioni riguardanti le autorità pubbliche: al primo posto c'è la Banca d'Italia, seguita dalla Consob e dall'Antitrust. L'ultimo paragrafo, infine, è dedicato alle imprese.

Tra le più citate, nell'ambito degli articoli riguardanti i consumatori, ci sono le banche con, al primo posto, ancora Mps (140 citazioni), seguita da UniCredit, Antonveneta e Intesa Sanpaolo; al secondo posto Alitalia (53 citazioni), al terzo la Rai (30 citazioni); più sporadiche rispetto al passato, le citazioni riguardanti i carburanti (Eni compare solo 26 volte).

Claudio Cazzola



Stefano Da Empoli, presidente di iCom, istituto per la competitività.