



www.lavoce.info

Informazione

LA CRISI SULLA STAMPA

di [Francesco Daveri](#) 29.04.2009

Sembra tornare l'ottimismo tra gli imprenditori italiani, almeno secondo l'indagine Isae. E' vero che la Borsa va meglio, ma l'indagine trimestrale sull'andamento della capacità produttiva mostra che nel primo trimestre 2009 le imprese manifatturiere hanno ulteriormente ridotto l'utilizzo degli impianti e segnalato maggiori difficoltà produttive. E allora da dove nasce il ritrovato clima di fiducia? Coincide con la scomparsa del termine crisi dai titoli dei quotidiani. Per valutare le prospettive economiche future conviene attenersi ai dati.

Secondo l'indagine condotta dall'Isae nei primi giorni di aprile su quattromila imprese, il **clima di fiducia** del settore industriale mostra un netto miglioramento e sale dal valore di 60,9 di marzo a 64,2 di aprile (+5 per cento rispetto al mese precedente), ritornando dunque a un valore superiore anche a quello registrato nel mese di febbraio.

IL RITORNO DELLA FIDUCIA

Le imprese sono diventate meno pessimiste sull'andamento di ordini e produzione e soprattutto relativamente ai livelli di produzione futura. In parallelo, procede il decumulo delle scorte di magazzino che invece si sono accumulate nei periodi di magra. Migliorano anche i giudizi delle imprese sulle condizioni di accesso al mercato del credito; rimane stabile la quota di imprese che si considerano razionate, con un aumento di coloro che ritengono di essere fortemente razionati e una diminuzione di coloro che hanno rifiutato il finanziamento a causa di condizioni più onerose.

Il pessimismo si va attenuando in modo piuttosto generalizzato, anche se con qualche differenza: particolarmente più fiduciosi sono i produttori di **beni intermedi**, rispetto ai produttori di beni di investimento, più duramente colpiti dalla crisi nei mesi scorsi, e quelli di beni di consumo, finora meno coinvolti. Anche a livello territoriale le valutazioni delle imprese migliorano ovunque: un po' di più nel **Nord Est**, un po' meno nel Nord Ovest e nel Centro-Sud.

Ci si può chiedere da dove venga tutto questo ottimismo. È vero che la **Borsa** va molto meglio rispetto al picco negativo di inizio marzo. Ma le Borse hanno previsto undici delle ultime sette riprese del ciclo; insomma, non sono certo immuni da quelle che nelle gare dei 100 metri si chiamano "false partenze". Per ora non abbiamo i **dati sul Pil** del primo trimestre: saranno pubblicati a metà maggio e tutti si aspettano un dato molto negativo. A conferma di questo, l'indagine trimestrale sull'andamento della capacità produttiva mostra che nel primo trimestre 2009 le imprese manifatturiere hanno ulteriormente ridotto l'utilizzo degli impianti e segnalato maggiori difficoltà produttive. Come minimo, ci sono ragioni di grande cautela sulle prospettive economiche future.



www.lavoce.info

LA CRISI NEI TITOLI

Ventate di ottimismo in presenza di dati ancora molto incerti: chi ci capisce è bravo. Una possibilità è che le aspettative degli imprenditori sul futuro siano influenzate da quello che leggono sui **giornali**. A parità di quello che succede nella loro azienda, se leggono che le cose vanno male, tendono ad aspettarsi il peggio; se invece leggono che le cose vanno meglio, diventano ottimisti. Di questo, del resto, si lamentava il presidente del Consiglio Silvio Berlusconi nei mesi scorsi, quando i titoli dei quotidiani erano pieni di notizie allarmanti sulle prospettive dell'economia. E ora? Cosa sta succedendo al modo in cui la crisi viene trattata sui media? Esiste una **correlazione** tra il modo in cui si parla di crisi sui giornali e la ventata di ottimismo che pervade gli imprenditori?

Per provare a capire, si può guardare la frequenza con cui ricorre la parola "crisi" nei **titoli** dei cinque principali quotidiani italiani: Corriere della sera, La Repubblica, Il Sole 24Ore, La Stampa, Il Giornale. **(1)**

Il grafico "La crisi sui giornali" riporta in un riassunto un po' rozzo, ma istruttivo, il numero di volte che la parola "crisi" è stata citata ogni settimana sulle cinque testate indicate, a partire dal fallimento di Lehman Brothers (15 settembre 2008) fino a oggi. Anzi, fino al 20 aprile, il giorno in cui l'Isae ha chiuso la sua indagine sulle aspettative degli imprenditori. Nella tabella allegata, sono riportati i dati settimanali alla base del grafico, testata per testata e in totale.

Dalla figura e dalla tabella emergono varie **indicazioni** utili, certo meritevoli di approfondimento. Il numero di citazioni varia notevolmente di settimana in settimana, con due picchi (pari a più di 50 citazioni) quando è stato approvato il piano Paulson nella prima settimana di ottobre 2008 e quando il governatore della Fed Ben Bernanke ha azzerato i tassi di interesse sui Fed Funds. Il grafico mostra anche quando il numero di citazioni ha raggiunto il **minimo**: nelle settimane tra il 6 e il 19 aprile, in corrispondenza con l'enorme spazio attribuito dai media al **terremoto**. Più in generale, il grafico indica un marcato trend decrescente nel numero di citazioni tra il picco (locale) di 40 citazioni nelle settimane precedenti il G20 e le settimane seguenti, in cui il numero di citazioni settimanali scende, rispettivamente, a 32, 34, 29, 16 e 12. **(2)**

Insomma, tre delle otto settimane dal 15 settembre 2008 nelle quali la "crisi" è stata citata **meno di 30 volte** sono esattamente le settimane (1-20 aprile) in cui l'Isae ha effettuato la sua ultima rilevazione. In febbraio e fino all'inizio di marzo, invece, quando gli imprenditori si erano mostrati così pessimisti, anche a causa del cattivo andamento delle Borse, la media delle citazioni settimanali è stata di 32 e 35 rispettivamente, contro circa 20 nelle tre settimane antecedenti il 20 aprile.

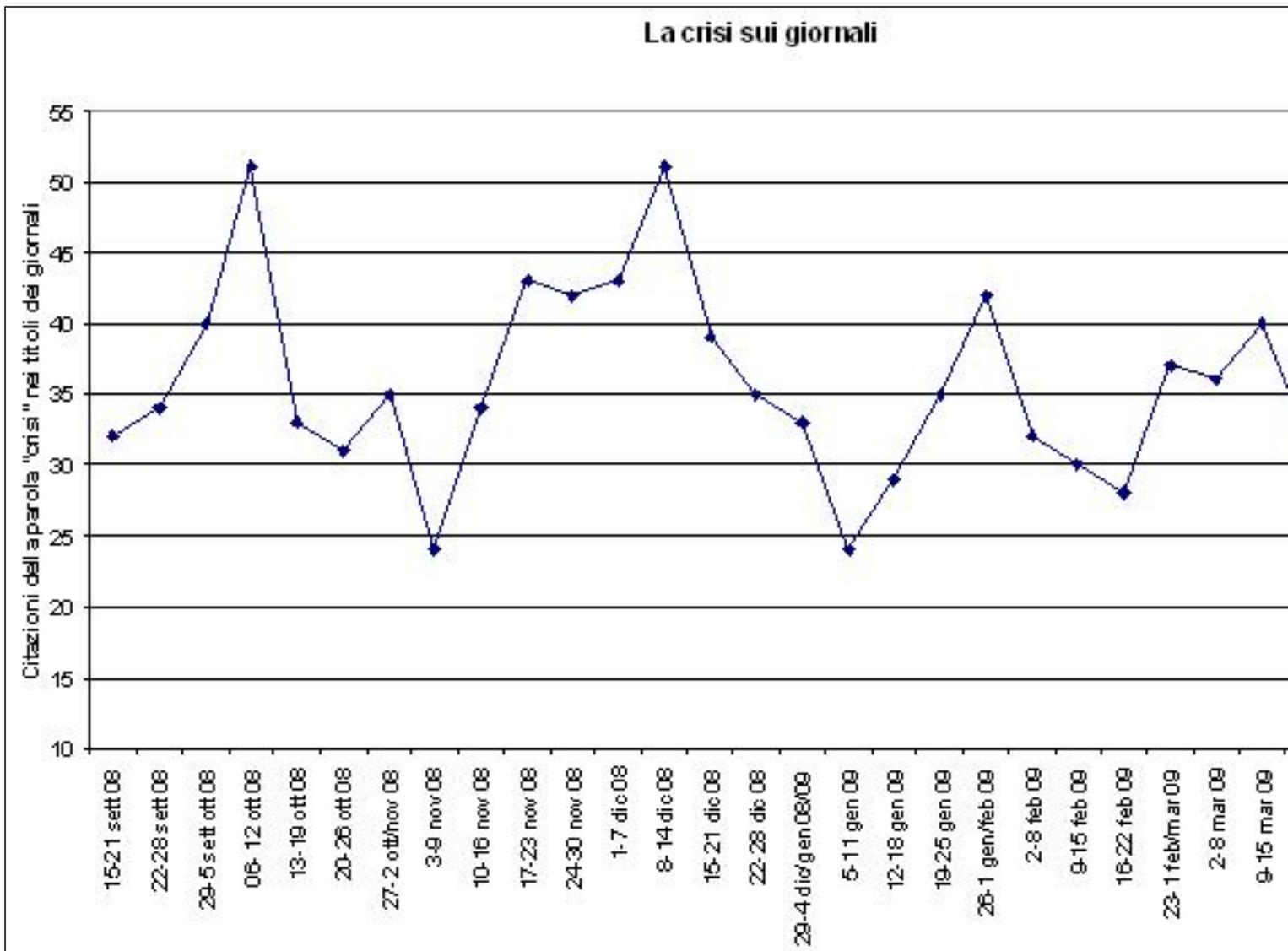
Per quanto riguarda i singoli giornali, la tabella indica che il Giornale ha dato alla crisi mediamente meno enfasi delle altre testate all'incirca dalla fine di novembre fino all'inizio di marzo: 5,3 citazioni alla settimana contro 7,5 degli altri quattro giornali. Il Corriere e Repubblica hanno mantenuto alta l'attenzione dei loro lettori sull'argomento fino alla fine di dicembre. Più di recente, l'argomento crisi è tornato a apparire nei titoli abbastanza uniformemente su tutte le testate nelle settimane precedenti al **G-20**.

ATTENERSI AI DATI



I pochi dati qui riassunti sono certo insufficienti per trarre conclusioni definitive sulla relazione tra il modo in cui la crisi è trattata sui media e l'evolversi dell'umore degli imprenditori.

I dati riportati sono **parziali** perché non includono i giornali locali e, più in generale, perché non includono le citazioni dei Tg. Certamente, i lettori dei quotidiani si stancano di leggere tutti i giorni le stesse cose. Questo può spiegare perché la crisi – come mostra il grafico – ciclicamente scompare dai titoli. Un osservatore malizioso potrebbe vedere nel preponderante spazio mediatico assegnato al terremoto il più recente esperimento nell'applicazione di **tecniche di distrazione** di massa, care a tutti i governi. Ma il presidente del Consiglio possiede o controlla le Tv e solo uno dei cinque giornali considerati. In generale, rimane che la **coincidenza** tra il ritorno dell'ottimismo tra gli imprenditori e la scomparsa della crisi dai titoli dei quotidiani del mese di aprile suggerisce l'importanza di attenersi il più possibile ai dati, anziché alle opinioni politiche, nel seguirne l'andamento.



Il grafico rappresenta la colonna "Totale" nella tabella sottostante

Tabella - La crisi sui giornali, da Lehman Brothers al terremoto

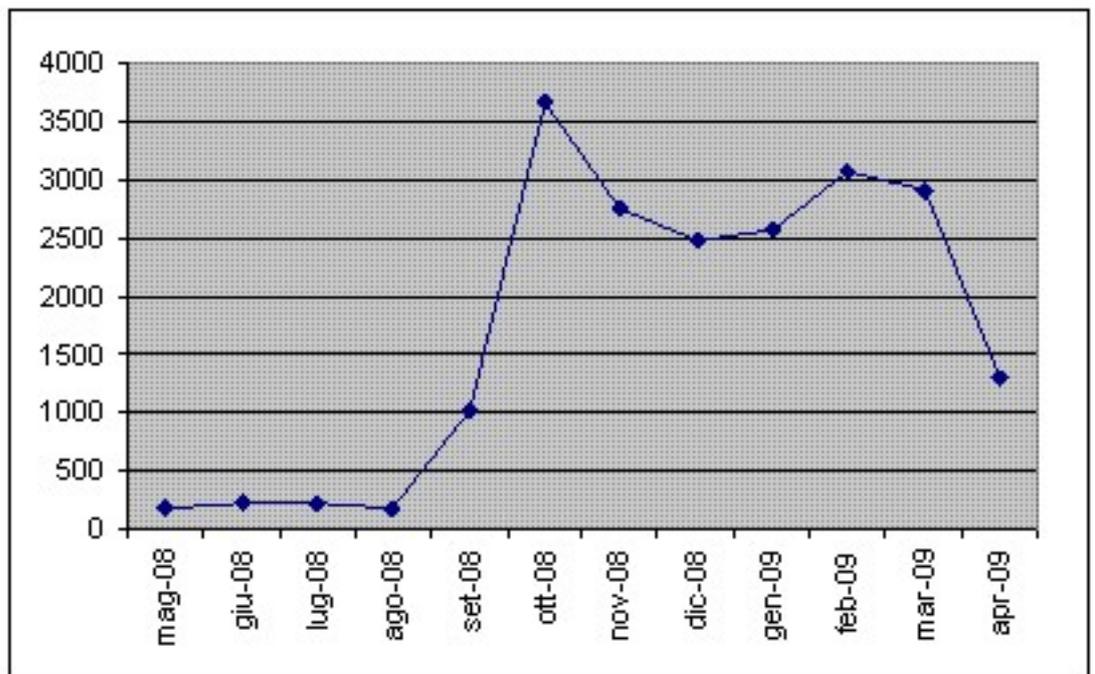
	Sole 24 Ore	Repubblica	Corriere	Stampa	Giornale	Totale
15-21 sett 08	7	6	8	6	5	32
22-28 sett 08	7	10	10	2	5	34
29-5 sett ott 08	3	15	10	3	9	40
06- 12 ott 08	4	14	18	5	10	51
13-19 ott 08	3	9	5	6	10	33
20-26 ott 08	5	6	8	7	5	31
27-2 ott-nov 08	7	11	5	3	9	35
3-9 nov 08	3	5	6	5	5	24
10-16 nov 08	8	7	10	5	4	34
17-23 nov 08	8	10	12	2	11	43
24-30 nov 08	6	10	13	5	8	42
1-7 dic 08	12	4	14	5	8	43
8-14 dic 08	10	9	17	11	4	51
15-21 dic 08	9	9	7	5	9	39
22-28 dic 08	10	8	8	4	5	35
29-4 dic-gen 08-09	8	11	6	5	3	33
5-11 gen 09	7	8	3	4	2	24
12-18 gen 09	9	5	9	2	4	29
19-25 gen 09	6	7	9	8	5	35
26-1 gen-feb 09	9	8	11	8	6	42
2-8 feb 09	4	10	7	4	7	32
9-15 feb 09	3	8	4	7	8	30
16-22 feb 09	5	7	6	7	3	28
23-1 feb-mar 09	9	7	12	6	3	37
2-8 mar 09	4	10	12	1	9	36
9-15 mar 09	5	8	11	5	11	40
16-22 mar 09	2	9	7	4	10	32
23-29 mar 09	6	10	5	4	9	34
30-5 mar-apr 09	6	7	9	2	5	29
6-12 apr 09	2	4	2	2	6	16
13-19 apr 09	4	2	2	1	5	14

Aggiungiamo qui sotto un grafico **(3)** che mostra il numero di volte mensili in cui la parola "crisi" è apparsa in un titolo di un lancio dell'Ansa. L'andamento coincide con quello dei titoli dei giornali ed è



particolarmente significativo dal momento che l'Ansa è il principale provider dei media italiani, telegiornali compresi.

mag-08	184
giu-08	220
lug-08	217
ago-08	173
set-08	1013
ott-08	3664
nov-08	2746
dic-08	2479
gen-09	2573
feb-09	3068
mar-09	2904
apr-09	1306



(1) La fonte è la Rassegna stampa della Camera dei Deputati. Ricerca dati a cura di Davide Baldi e Ludovico Poggi.

(2) Occorre precisare che individuare un trend con una serie così limitata di osservazioni è un esercizio certamente controverso dal punto di vista statistico. Con il tempo, sarà possibile raffinare l'analisi. È tuttavia importante cominciare a esaminare alcuni dati su un tema così ampiamente dibattuto.

(3) Grafico a cura di Filippo Barone che ha consultato il notiziario generale dell'Ansa dell'ultimo anno.