

L'informazione economica e il futuro, che passa per la sostenibilità

La parola sostenibilità, in chiave sia ambientale sia sociale è entrata a pieno titolo nella narrativa della redazione economica dell'agenzia ANSA. Per raccontarla sono nati nuovi strumenti come il portale ANSA 2030 e nuovi canali di comunicazione come l'utilizzo dei podcast.

DOI 10.12910/EAI2022-048



di **Corrado Chiominto**, caporedattore della redazione economica Agenzia ANSA

Mi chiedono talvolta di raccontare di che cosa si occupa la redazione economica dell'Agenzia ANSA. Per raccontare i diversi settori di cui ci occupiamo fino a qualche tempo fa facevo declinare la parola soldi, nelle tante accezioni che la caratterizzano nella vita pratica. Ci sono i colleghi che si occupano di sindacale, quindi di salari e pensioni. C'è chi si occupa di conti pubblici, quindi di tasse, debito e deficit. O chi di finanza e mercati, quindi di rendimenti, plusvalenze, interessi, utili. Ma poi c'è l'inflazione, ci sono le bollette, i consumi, i cambi delle valute...Ma già da qualche tempo questa descrizione non racconta tutto. Anzi, è davvero un approccio limitato quello che descrive l'informazione economica come quella che si occupa di raccontare i fatti che riguardano le diverse declinazioni della parola denaro.

Appena arrivato alla guida della redazione economica, tre anni fa ho capito che c'era nell'aria un cambiamento, che

bisognava modificare approccio con l'economia. **Ho compreso che la parola sostenibilità, in chiave sia ambientale sia sociale, poteva entrare nella narrativa della redazione economica dell'agenzia.** È nato così ANSA 2030, il portale che potete trovare sulla homepage di ANSA.it e sulla sua pagina economica. Da allora è stato un crescendo. I temi ambientali sono apparsi sempre più connessi con quelli dell'economia. Credo che ora ne abbiamo tutti la consapevolezza. Le scelte che facciamo impattano sull'ambiente e sul clima. E questo – basta pensare alla siccità della scorsa estate o ai danni provocati dal tempo un po' impazzito oppure alla lunga stagione calda e al desiderio di tenere acceso il condizionatore d'aria in un momento di caro energia – a sua volta impatta sulle nostre tasche.

Il progetto ANSA 2030

Il progetto è nato in poco più di un mese e il portale, che ha anche il riconoscimento dell'Onu come comunicatori per gli obiettivi indicati dall'orga-

nizzazione come target da raggiungere nel 2030, l'abbiamo attivato a fine 2019. Sono orgoglioso del fatto che abbiamo intuito con tempestività che questo era un modo di affrontare informazioni con taglio economico e che questo suscitava l'interesse delle persone e delle imprese. Rivendico il fatto che l'Agenzia ANSA lo ha capito prima di Blackrock, che è una delle più potenti società di gestione di risparmio al mondo. Che qualche mese dopo ha scritto ai propri clienti che avrebbe orientato gli investimenti su società e fondi in grado di rispettare i criteri Esg (Environmental, social and governance), cioè impegnate anche su obiettivi ambientali, sociali e di rispetto di equilibri di governance. In una parola 'sostenibili' in chiave economica. Non ci ha quindi sorpreso quando l'Unione Europea, guidata dalla Von der Leyen, ha cambiato approccio, spingendo su una trasformazione che ha definito Green Deal. E che poi si decidesse di lanciare un grande piano di investimenti – come potremmo de-

finire altrimenti il Recovery Plan che ha preso corpo nel PNRR – con grande attenzione all'innovazione in chiave ambientale, energetica e digitale. Così, quando il governo Draghi ha deciso che le competenze del settore energetico venissero trasferite nel ministero dell'Ambiente, chiamandolo ministero della Transizione Ecologica, eravamo pronti ad accogliere nella redazione i due colleghi e i collaboratori che all'ANSA si occupavano già di questi temi ma in una diversa redazione e con approccio leggermente diverso. Perché noi abbiamo dato a questo settore green un taglio decisamente economico. **La mia convinzione è che l'economia e le imprese possano essere in grado di accelerare processi di cambiamento culturale, che altrimenti avrebbero bisogno di tempi più lunghi.**

Al di là della mia passione specifica per il tema - ho dei figli e penso di volergli lasciare un mondo migliore - l'integrazione tra i colleghi dell'ambiente e quelli della 'vecchia' redazione economica è stata efficace. L'innesto ha trovato terreno fertile in una redazio-

ne che lavora sul campo, è abituata a muoversi e a scoprire cosa si muove andando in giro per ascoltare e capire prima di scrivere. Poi l'ANSA, a tutti livelli, dal direttore ai collaboratori, è stata velocissima ad adeguarsi. Ma l'ossatura organizzativa ovviamente non poteva cambiare.

Un notiziario 'verticale' sul PNRR

L'agenzia in cui lavoro rimane una macchina complessa e richiede un'organizzazione ferrea che snoda attraverso anche le riunioni che facciamo ogni giorno per programmare e gestire gli avvenimenti e i temi che affrontiamo. **Prendiamo ad esempio il PNRR, che è poi uno strumento che intreccerà i temi ambientali ed energetici. Anche su questo abbiamo realizzato un notiziario internet. Verrebbe definito un 'notiziario verticale'.** L'organizzazione è centrata sulla redazione economica, ma di verticale non ha molto: i contributi arrivano dalla redazione di Bruxelles, ma anche dalla redazione politica. Ci sono poi le norme attuative che attraversano molti ministeri

e il territorio sul quale i progetti dovranno essere calati che attivano le nostre redazioni locali. E le notizie sono corredate dalle foto della redazione immagini. Più che un notiziario 'verticale' lo definirei un notiziario 'a rete'. Sul quale è però necessario mantenere una testa organizzativa. Ora il dibattito sarà sul rispetto del cronoprogramma concordato con Bruxelles, ma anche sulle richieste di modifica del PNRR che il nuovo governo potrebbe avanzare. E sulle riforme ancora da realizzare. Poi si passerà alla fase attuative nella quale le imprese e gli enti locali avranno la necessità di rendere comprensibili e di spiegare i progetti che fanno e i risultati che riescono a raggiungere. Chiaro che la complessità di un progetto come questo richiede un approccio e un confronto che si snoda ogni giorno. Ecco che diventano necessarie le riunioni che facciamo ogni giorno con i responsabili delle altre redazioni e con la direzione alle 11 e alle 16, oltre a quella che teniamo nella redazione economica alle 14. È un coordinamento necessario. Quando



si parla del prezzo del gas e di Nord Stream, di Putin e di Ue, della Germania e della reazione di Draghi e della ricaduta sulle bollette entrano in gioco molte redazioni, tante professionalità diverse. E il coordinamento diventa essenziale. Ed è davvero interessante, a fine giornata, fare un bilancio per comprendere come i **temi ambientali e della sostenibilità acquistano corpo attraverso una chiave economica che ha bussato prepotentemente anche alla porta delle altre redazioni: del Politico, degli Interni, degli Esteri e anche della Cultura.**

L'informazione che facciamo, e della quale vi ho svelato alcuni dettagli organizzativi, si sviluppa poi attraverso tante modalità. Oltre alle notizie che vanno in rete, ci sono i servizi di fine giornata realizzati pensando ad una pubblicazione sui giornali, le ansa web news che pubblichiamo sul nostro e anche su altri siti, i social media (da Facebook a Instagram a Twitter), oltre ai forum e agli eventi che organizziamo sui vari temi. Ogni volta si aprono nuove sfide, affrontando nuovi strumenti per raccontare.

Mi piace sperimentare, nonostante sia un giornalista di vecchia scuola. Mettersi in gioco significa uscire da una confort zone e comprendere meglio anche come deve cambiare il mio lavoro 'tradizionale'. Ecco che, stuzzicato dai miei figli, ho provato a fare dei podcast, che sono diventati la mia nuova passione. I temi del futuro, e quindi quelli dell'ambiente e dell'impatto che questi hanno sulla nostra vita e nei nostri portafogli, sono tra quelli che tratto di più. L'appuntamento è tutti i lunedì alle 17 con la rubrica ANSA Voice EconomIA, dove la parola 'mia' non è scritta a caratteri maiuscoli per un caso. Vuole indicare la vicinanza di quello che si affronta alle persone che ascoltano.

Podcast e Maneskin

I temi dell'ambiente e dell'energia si prestano moltissimo ai podcast, quindi ho fatto una piccola serie che riguardava l'inflazione. Ho fatto una serie, da

subito, che ho poi aggiornato e riproposto lo scorso agosto. Ho raccontato come l'inflazione nasce e come sarebbe stato l'impatto che dall'energia si sarebbe trasferito sui prezzi dei beni di tutti i giorni. Ho provato – senza avere alcuna capacità divinatoria – a raccontare che presto si aprirà un problema salariale. Contenuti serissimi, ma affrontati talvolta con leggerezza. Tra gli altri ne ho fatto uno per spiegare le indicazioni che si potevano seguire per risparmiare un poco sui consumi di energia. L'ho fatto con l'aiuto dell'ENEA, dopo che aveva diffuso un vademecum. Mi sono chiesto come potevo evitare un elenco catturando l'attenzione con la voce. L'idea narrativa mi è venuta una domenica mattina. Ero a RaiUno in Famiglia e mi sono messo a parlare con il meteorologo della trasmissione. "Corrado – mi dice – venite a parlare qui di energia, di bollette, ma dovete sapere che in realtà la colpa del fatto che spendiamo di più è anche della moda". Non riesco a capire. Ma ho l'abitudine di prestare sempre grande attenzione quando incontro una persona che ritengono preparata, soprattutto se ha qualche capello bianco più di me. Ma lui proseguiva e io non capivo. "Ma tu hai visto tutti quanti con la pancia di fuori, questi giovani, anche i Maneskin a Sanremo? Ma tu lo sai qual è il primo consiglio che bisogna dare?". Continuavo ad avere una faccia interrogativa. Allora lui ha chiarito tutto. "Ti ricordi il consiglio delle nostre mamme, quando faceva freddo: dicevano 'metti la canottiera'". Allora per il podcast ho giocato un po'. Ho preso il decalogo dell'ENEA, ho parlato con il suo esperto, suddividendo i consigli su quello che si può fare per risparmiare solo cambiamento comportamenti, quello che si risparmia con un piccolo investimento, e quello che si può fare affrontando magari i lavori più impegnativi coperti ancora per poco con il bonus al 110%. Ma prima ho raccontato questo aneddoto e ho messo uno stacchetto di una canzone dello Zecchino d'oro.

La canzone "Metti la canottiera" ci sta-

va benissimo, era giornalmisticamente giustificata nel servizio, alleggerendo e rendendo comprensibile il concetto. Ho scoperto che i podcast sono uno strumento potente per fare informazione. Sono di fatto una trasmissione, che ha una propria narrativa e linguaggio, con il vantaggio che puoi ascoltarle quando vuoi, quando ti pare. Ci sono persone che leggono un proprio servizio da quotidiano, noi invece con ANSA Voice EconomIA proviamo a sperimentare con i suoni e la voce. Cercando di superare alcuni ostacoli del giornalismo economico. Per esempio, ho dovuto trovare dei nuovi metodi per raccontare le percentuali, perché se inzeppo la mia chiacchierata di cifre questa diventa pesante e non diventa leggibile. Quindi su ogni cifra devo ogni volta portare un riferimento, fare capire a cosa sto pensando, dove voglio portare il ragionamento. Una cifra va pesata e non gettata in pasto senza spiegare, questo perché siamo ormai sommersi dai numeri.

L'approccio informativo che uso diventa così anche divulgativo. La scelta che ho fatto è quella di non fare una comunicazione stringata, di pochi minuti, ma l'idea è quella di prendere uno spazio di 10-15 minuti che può essere ascoltato in macchina o mentre si fa una corsetta.

Con una convinzione profonda: provare a fare il nostro lavoro di informazione economica con un taglio innovativo, non solo nella modalità di affrontare i contenuti ma avvicinandosi al lettore-ascoltatore non professionale anche con strumenti nuovi, è un modo per coinvolgere anche i giovani e costruire consapevolezza sul nostro futuro.

