

## **Gabriele Capolino**

(Direttore ed Editore Associato, Milano Finanza)

Oggi si può notare che se da una parte c'è stata una crescita del mercato, dall'altra c'è meno protezione del risparmio. In realtà manca un livello di "assistenza post vendita": una volta che il risparmiatore ha investito in qualcosa non c'è più dialogo, manca qualcosa nella comunicazione, ed è questo forse il segreto del relativo successo dei promotori finanziari.

La comunicazione aziendale infatti è passata da un livello zero a un livello in cui c'è ma appare piuttosto ingessata: si scrivono comunicati dove ogni singola parola viene ponderata per ore per paura di dire troppo, così si finisce per dare un'informazione troppo standard che poi avrà bisogno di essere decodificata.

Nei prospetti informativi, nella comunicazione finanziaria in genere si usa un linguaggio criptico, non vitale, che è figlio della civiltà giuridico burocratica, un linguaggio illeggibile anche per chiunque abbia un po' di buona volontà.

Ma va fatta qualche considerazione anche sul tema della concentrazione. Quando ho cominciato a fare il giornalista, nel 1986, esisteva lo Stato, il Parastato, esistevano tanti centri di potere. Quindi c'era pluralità, democrazia e anche, per noi giornalisti, più possibilità di stare più dritti con la schiena perché, se si offendeva qualcuno che poi toglieva la pubblicità per un anno al giornale, c'erano comunque delle alternative. Oggi invece vedo una grandissima concentrazione: tutto in pochissime banche, in pochissime industrie e anche concentrazione di budget pubblicitari. Oggi sono sinceramente preoccupato di questa situazione, non vorrei però che nei prossimi anni questo processo di concentrazione finanziaria e industriale diventasse ancora più preoccupante di quanto non lo sia attualmente.