

Lingua e Traduzione Tedesca III - Modulo di traduzione tedesco-italiano
Prof.ssa Marella Magris

ANALISI TESTUALE CONTRASTIVA: LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI VERBRAUCHERVERTRAUEN

Sara Capponi, Lara Finotto, Giovanni Lia

Anno accademico 2024 - 2025



INDICE

1. Introduzione.....	3
2. Lessico	
2.1 Siti italiani.....	4
2.2 Siti tedeschi.....	9
3. Morfologia	
3.1 Siti italiani.....	13
3.2 Siti tedeschi.....	17
4.Sintassi	
4.1 Siti italiani.....	22
4.2 Siti tedeschi.....	25
5. Aspetti pragmatici e temi ricorrenti	
5.1 Siti italiani.....	28
5.2 Siti tedeschi.....	35
6. Aspetti grafici	
6.1 Siti italiani.....	41
6.2 Siti tedeschi.....	46
7. Ordine delle informazioni.....	50
7.1 Siti italiani	
7.2 Siti tedeschi	
8. Conclusioni.....	51
9. Sitografia.....	52

1. INTRODUZIONE

L'indice di fiducia dei consumatori misura il livello di fiducia dei consumatori in merito ad attività economiche nel proprio paese. Si tratta di un'indagine campionaria con periodicità mensile che ha come obiettivo quello di raccogliere le opinioni, i giudizi e le aspettative dei cittadini sulla situazione congiunturale nazionale. Questo indicatore è di estrema significatività dal momento che permette di poter prevedere le spese e gli interessi dei consumatori, una parte fondamentale nel totale delle attività economiche. Sulla base di queste considerazioni, unite alla curiosità che ci spingeva verso la scoperta di concetti a noi non familiari, abbiamo deciso di approfondire l'argomento con l'analisi contrastiva che segue.

Lo studio si è focalizzato principalmente sugli aspetti linguistici, culturali e deittici, prendendo in considerazione parametri quali il lessico, la morfologia, la sintassi, gli aspetti pragmatici, gli aspetti grafici e la struttura generale delle informazioni. L'analisi è di tipo contrastivo tra testi italiani e tedeschi, al fine di sottolinearne le principali differenze e i maggiori punti in comune.

Il corpus oggetto d'esame della ricerca comprende diversi bollettini, articoli e comunicati stampa da 6 siti internet italiani e 4 tedeschi, in modo da orientare l'analisi su più fronti e ottenere una visione d'insieme onnicomprensiva. L'approccio impiegato è stato quello qualitativo, al fine di concentrarsi sulla descrizione degli elementi e delle strutture linguistiche ed extralinguistiche nei testi analizzati.

La ricerca ha come fine quello di identificare somiglianze e differenze nel linguaggio informativo e statistico tra il tedesco e l'italiano, e indagare come queste caratteristiche rispecchino elementi culturali in comune o discordanti dei due paesi.

2. LESSICO

2.1 SITI ITALIANI

I testi di natura economica sono sicuramente caratterizzati dalla presenza di termini specifici e riferimenti a concetti complessi. Nell'analisi di bollettini e commenti riguardo la fiducia dei consumatori e dell'influenza dell'andamento economico si è analizzato il linguaggio utilizzato, prestando attenzione a vari aspetti.

È emerso che in questa tipologia testuale è sì utilizzato il lessico specialistico, ma in quantità minore rispetto a quanto si era previsto. Nonostante la presenza della terminologia specifica, infatti, i concetti sono espressi in modo piuttosto chiaro grazie all'utilizzo di elementi linguistici che rientrano nel vocabolario di base e il cui significato è già noto o facilmente ricavabile dal contesto.

Lessico specialistico

Il lessico specialistico è certamente una componente caratteristica e indispensabile per trattare e descrivere aspetti e fenomeni economici e finanziari. Rispetto a quanto ci si aspettava, tuttavia, i testi sono di facile comprensione, i termini presenti sono largamente diffusi e pertanto non ostacolano la comprensione di quanto esposto. Di seguito sono elencati i termini più specifici utilizzati nei siti e bollettini analizzati e sono riportate le frasi e i periodi per rendere più chiaro il contesto di utilizzo.

Decumulo

Diminuzione, decrescita, con riferimento a patrimoni, fondi, risparmi, scorte e simili. (Treccani)

- Con riferimento al commercio al dettaglio, si stima un peggioramento sia dei giudizi sia delle attese sulle vendite; le scorte di magazzino sono giudicate in decumulo.

Rincaro

Il rincarare e il suo risultato; aumento del prezzo di una merce, un servizio o, in genere, del costo della vita o del denaro. (Dizionario italiano De Mauro)

- I consumatori italiani, finalmente, stanno vedendo la luce alla fine del tunnel dopo due anni di rincari delle bollette di luce e gas e un alto tasso di inflazione che ha impattato pesantemente sui bilanci familiari.

Indice del clima di fiducia dei consumatori

Si tratta di un indicatore sintetico mensile finalizzato alla valutazione dell'ottimismo o del pessimismo dei consumatori. L'obiettivo dell'indice è delineare un quadro economico generale e fornire previsioni sull'andamento del clima di fiducia dei

consumatori italiani. (Borsa Italiana - Borsa di Milano, FTA Online News, 25/03/2022)

- A gennaio 2025 aumenta sia il clima di fiducia dei consumatori (l'indice passa da 96,3 a 98,2) sia l'indice composito del clima di fiducia delle imprese (da 95,3 a 95,7).
- A giugno, il clima di fiducia delle imprese mostra il terzo calo consecutivo, posizionandosi sul valore più basso da novembre 2023. Il ribasso dell'indicatore complessivo è dovuto prevalentemente al peggioramento registrato nella manifattura e nei servizi.

Tasso di inflazione

Il tasso d'inflazione esprime la variazione percentuale di un indice dei prezzi.

(Treccani)

- I consumatori italiani, finalmente, stanno vedendo la luce alla fine del tunnel dopo due anni di rincari delle bollette di luce e gas e un alto tasso di inflazione che ha impattato pesantemente sui bilanci familiari.

Potere d'acquisto

Quantità di beni e servizi acquistabile con un'unità monetaria. (Dizionario italiano De Mauro)

- Proprio questi elementi di incertezza potrebbero quindi spingere le famiglie a mantenere atteggiamenti prudenti nei prossimi mesi, che continueranno a costituire un freno alla trasmissione della crescita del potere d'acquisto sui consumi e quindi del PIL.

Commercio al dettaglio

- Dati in linea con la situazione attuale del commercio al dettaglio, per cui stimiamo una diminuzione del volume delle vendite nelle piccole superfici del -1,5% per il 2024, a fronte di un lieve aumento del +0,6% nella grande distribuzione.

Collocazioni

Durante l'analisi dei testi italiani, si è notato come alcuni termini appaiano spesso insieme e queste collocazioni possono essere formate da vari elementi, come: sostantivo-aggettivo, verbo-sostantivo oppure sostantivo-sostantivo. Si tratta di formulazioni usate frequentemente ed entrate a far parte del linguaggio standard come espressioni tipiche dei testi economici.

Clima economico, c. futuro, c. personale, c. corrente

- Tra i consumatori, si evidenzia un diffuso miglioramento delle opinioni soprattutto sulla situazione economica generale e su quella futura: il clima economico aumenta da 96,1 a 101,3 e quello futuro cresce da 93,3 a 96,1; l'incremento è meno marcato per il clima personale (l'indice sale da 96,4 a 97,1) e per quello corrente (da 98,6 a 99,8).

Registrare un aumento/un incremento/un lieve recupero

- Il clima economico e quello futuro registrano gli aumenti più marcati, passando, rispettivamente, da 101,9 a 105,3 e da 95,7 a 98,7.
- A gennaio l'indice dei consumatori registra un incremento di 1,9 punti, arrestando una tendenza negativa durata tre mesi, mentre la fiducia delle imprese segna un lieve rialzo per il secondo mese consecutivo, anche se di soli 0,4 punti.
- A gennaio, secondo le rilevazioni ISTAT, l'indice di fiducia delle imprese della manifattura registra un lieve recupero, che fa pensare che la fase di caduta sia terminata.

Segnale di miglioramento/di arretramento

- Segnali di miglioramento, ma la situazione rimane complessa: restano infatti ancora i fattori di incertezza che stanno frenando la ripartenza dei consumi e del commercio, con un impatto particolarmente rilevante sui negozi.
- Negli ultimi mesi l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori aveva mostrato segnali di arretramento, ma in questo mese si rileva maggiore fiducia, soprattutto verso il futuro.

Forestierismi

Sono stati rilevati pochi forestierismi; in generale si sono impiegati per la maggior parte termini e parole italiane.

Sentiment

Stato d'animo, convinzione, valutazione che si forma sulla base di sensazioni, emozioni, impressioni. (Treccani)

- “Il deterioramento del sentiment di tutti gli operatori economici sembra riflettere, infatti, più che un reale peggioramento dello stato di salute del sistema Italia, una paura diffusa di possibili eventi negativi”.

Survey

- Restano ovviamente vari elementi di incertezza che riguardano vari aspetti della survey, a partire dal clima futuro e dal risparmio, che tradiscono uno stato di preoccupazione delle famiglie.

Sigle e acronimi

Si è anche notata la presenza di sigle e acronimi, i quali sono largamente diffusi e noti.

PIL

Prodotto Interno Lordo

- Proprio questi elementi di incertezza potrebbero quindi spingere le famiglie a mantenere atteggiamenti prudenti nei prossimi mesi, che continueranno a costituire un freno alla trasmissione della crescita del potere d'acquisto sui consumi e quindi del PIL.

GDO

Grande Distribuzione Organizzata

- Una situazione di incertezza che si riflette sulle imprese della distribuzione commerciale, dove il percorso di recupero della fiducia subisce a gennaio una battuta d'arresto, con un lieve calo – -0,4 punti – che però è sintesi di andamenti diversi delle varie forme distributive: mentre la GDO mette a segno una piccola crescita, i negozi scontano il secondo calo mensile consecutivo, di -1,2 punti a gennaio.

Espressioni e locuzioni

In alcuni casi si sono utilizzate delle espressioni figurate e locuzioni per enfatizzare ciò che viene espresso; nei testi tedeschi questo impiego è meno comune.

La luce alla fine del tunnel

- I consumatori italiani, finalmente, stanno vedendo la luce alla fine del tunnel dopo due anni di rincari delle bollette di luce e gas e un alto tasso di inflazione che ha impattato pesantemente sui bilanci familiari.

Essere il cardine

- “Nei prossimi mesi, più che mai, la stabilità sarà il cardine su cui si baserà la nostra crescita economica.”

Alle stelle

- “Ciò che manca in questo momento è un impegno reale sul fronte dei prezzi, che dopo due anni di inflazione alle stelle continuano a salire in settori chiave come gli alimentari, e misure efficaci sul fronte della difesa del potere d'acquisto dei cittadini.”

Battuta d'arresto

- Una situazione di incertezza che si riflette sulle imprese della distribuzione commerciale, dove il percorso di recupero della fiducia subisce a gennaio una battuta d'arresto, con un lieve calo – -0,4 punti – che però è sintesi di andamenti diversi delle varie forme distributive: mentre la GDO mette a segno una piccola crescita, i negozi scontano il secondo calo mensile consecutivo, di -1,2 punti a gennaio.

2.2 SITI TEDESCHI

Lessico specialistico

L'ambito economico viene trattato, come nei testi italiani, utilizzando dei termini specifici che rimandano a specifiche nozioni di economia e finanza. Tuttavia i testi risultano facilmente comprensibili e non è necessario disporre di particolari nozioni per capire il contenuto e i processi economici analizzati. Bisogna anche sottolineare che i termini presenti nei testi analizzati sono entrati a fare parte del linguaggio comune e utilizzati in modo abituale anche da individui non esperti dell'ambito trattato.

der Tiefstand

- Zumindest hier scheinen die Tiefstände von Ende 2022 überwunden und der Trend im laufenden Jahr zeigt nach oben.

die Inflation

Prozess der Geldentwertung, der mit allgemeinen Preiserhöhungen und Kaufkraftverlust einhergeht. (DUDEN)

- Die Inflation wird in Schach gehalten.

die Inflationsrate

Prozentsatz, der die Entwertung einer Währung durch Inflation angibt. (DUDEN)

- Denn die aktuelle Inflationsrate lag im September bei 1,6 Prozent.

die Sparquote

Verhältnis zwischen der Ersparnis der Volkswirtschaft und dem Volkseinkommen. (DUDEN)

- Der Konsum wird dadurch aber nicht zwangsläufig angekurbelt, denn die Sparquote der Deutschen ist hoch.

GfK-Konsumklima-Index

Der Konsumklimaindex reflektiert die Konsumneigung der Privathaushalte in Deutschland. Er ist somit ein wichtiger Indikator für das Konsumverhalten deutscher Verbraucher. (DeLSt - Deutsches eLearning Studieninstitut)

- Der GfK-Konsumklima-Index lag im Januar 2025 bei einem Indexwert von 21,4 Punkten.

Private Haushalte

Private Haushalte sind Einzelpersonen oder Gruppen, die ihre Einnahmen in der Regel durch ein Einkommen erzielen und als Nachfrager nach bzw. Konsumenten von Gütern auftreten.

- Der GfK-Konsumklima-Index misst die aktuelle Konsumstimmung der Privathaushalte in Deutschland.

HDE-Konsumbarometer

Das Konsumbarometer, das vom Handelsblatt Research Institute (HRI) im Auftrag des HDE erstellt wird, hat eine Indikatorfunktion für den privaten Konsum. Es bildet nicht das aktuelle Verbraucherverhalten ab, sondern die erwartete Stimmung in den kommenden drei Monaten. Der private Konsum als wichtigste Kraft der Binnenwirtschaft und gesamtwirtschaftlicher Wachstumstreiber rückt in den letzten Jahren stärker in Fokus. Mit dem Konsumbarometer können Konsumtrends besser und schneller als bisher zu erkannt werden. (HDE - Handelsverband Deutschland)

- Aktuelles HDE-Konsumbarometer: “Nach den düsteren Aussichten zu Jahresbeginn hellt sich der Horizont wieder etwas aus. Die Verschlechterung der Verbraucherstimmung im Januar war nicht der Beginn eines negativen Trends. Denn im Februar erholt sich die Stimmung wieder leicht.”

Collocazioni

Nel corso dell’analisi dei testi tedeschi, si è riscontrato che i termini elencati di seguito appaiono insieme molto frequentemente. La lingua tedesca è ricca di parole composte e collocazioni ricorrenti ed è un processo particolarmente produttivo. Il significato complessivo è trasparente perché è dato dalla somma delle parole che formano il composto.

1)
Konjunktur- Erwartung(en)
Einkommens-

2)
Spar- Neigung(en)
Konsum-
Anschaffungs-

3)
Konsum- Stimmung(en)
Verbraucher-

Forestierismi

Non è stato rilevato l'uso di forestierismi. Nei testi tedeschi sono state impiegate sorprendentemente solo parole tedesche, nonostante la grande influenza della lingua inglese nell'ambito dell'economia e della finanza.

Sigle e acronimi

Nei testi tedeschi sono presenti le sigle di aziende ed enti che hanno eseguito delle previsioni sull'andamento dell'economia o rilevanti nello studio e nell'analisi dei fenomeni economici.

GfK (GmbH)

GfK è una società tedesca fondata nel 1936 con il nome di Gesellschaft für Konsumforschung con sede a Norimberga. È uno dei più grandi istituti al mondo nel settore delle ricerche di mercato, attivo in oltre 100 Paesi, con più di 10.000 dipendenti. (Treccani, Dizionario di Economia e Finanza, 2012)

- Der GfK-Konsumklima-Index lag im Januar 2025 bei einem Indexwert von 21,4 Punkten.

HDE

Handelsverbands Deutschland

- Für den Stimmungsindikator des Handelsverbands Deutschland (HDE) werden ebenfalls Befragungen zum aktuellen Konsumverhalten in Deutschland herangezogen.

NIM

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM)

- Der Konjunkturklimateindex der Nürnberger Konsumforschungsunternehmen GfK und NIM ist im Oktober zum zweiten Mal infolge um 2,7 Punkte auf minus 18,3 Punkte gestiegen.

Espressioni e locuzioni

Nei testi tedeschi sono state rilevate alcune espressioni idiomatiche utilizzate per esprimere l'andamento di alcune componenti responsabili dell'andamento dell'economia. Non è stato tuttavia riscontrato una determinata area semantica: le espressioni e locuzioni infatti sono comunemente utilizzate.

im Keller sein

Sehr tief fallen. (DUDEN)

- Die Verbraucherstimmung in Deutschland ist im Keller.

im Schach halten

Nicht gefährlich werden lassen. (DUDEN)

- Die Inflation wird in Schach gehalten.

3. MORFOLOGIA

3.1 SITI ITALIANI

Questo capitolo si concentrerà sui principali processi morfologici rintracciati nei testi di indagine italiani sulla fiducia dei consumatori.

Dalle fonti risulta che le caratteristiche morfologiche più diffuse ed evidenti di questa tipologia di testi sono i processi di derivazione e l'utilizzo dei comparativi. Inoltre, viene preso in considerazione l'uso dei tempi e dei modi verbali, oltre che delle congiunzioni più frequentemente osservate.

Derivazione

In questo caso, nei testi italiani è molto comune riscontrare il fenomeno morfologico di derivazione in sostantivi e avverbi. In particolare, questo avviene tramite suffissazione. Gli esempi rintracciati nei testi possono essere suddivisi principalmente in tre gruppi:

- sostantivi che terminano in “-mento” (miglioramento, aumento, incremento, peggioramento, rallentamento, ridimensionamento, deterioramento)
- avverbi che terminano in “-mente” (marcatamente, sostanzialmente, trimestralmente, complessivamente, prevalentemente, rispettivamente, decisamente, inaspettatamente)
- sostantivi che terminano in “-zione” (diminuzione, evoluzione, predisposizione, preoccupazione, diffusione)

Comparativi

A essere piuttosto diffuso è l'utilizzo del grado superlativo relativo di alcuni aggettivi (tra i più comuni, “alto” e “basso” e relativi sinonimi). Vengono utilizzati per esprimere paragoni tra gli andamenti dei dati della congiuntura in periodi diversi. È una scelta stilistica adottata soprattutto dall'Istat o da siti che ne riportano le indagini.

Alcuni esempi degni di nota sono:

- Posizionandosi sul valore più basso da novembre 2023.
- Raggiunge il valore più elevato da febbraio 2022.
- Si tratta del livello più basso registrato dal 2016.

- Questo ha segnato il livello più alto da settembre...

La forma comparativa non è invece così frequente, anche se non è impossibile riscontrarla in alcuni testi.

Alcuni esempi degni di nota sono:

- ...invece, le opinioni sul quadro personale e quello corrente sono improntate ad un più cauto ottimismo.
- ...L'incremento è meno marcato per il clima personale.

Verbi

Istat – Istituto nazionale di statistica

Nelle indagini dell'Istat si predilige l'uso della 3^a persona singolare al presente indicativo. Quest'ultimo sembra avere la funzione di presente storico e serve a riportare in modo oggettivo l'andamento dei dati che sono stati riscontrati in un lasso di tempo precedente rispetto allo studio Istat in questione. Questo suggerisce anche che il resoconto dell'Istat è molto formale e impostato. Non vi è l'utilizzo di altri pronomi o riferimenti diretti al destinatario del testo.

Alcuni esempi sono elencati qui di seguito:

- A gennaio 2025 aumenta sia il clima di fiducia dei consumatori sia l'indice composito del clima di fiducia delle imprese.
- A gennaio 2025 l'indice di fiducia delle imprese aumenta per il secondo mese consecutivo... L'incremento è meno marcato...
- ...Mentre diminuisce nei servizi di mercato e nel commercio al dettaglio.
- La fiducia peggiora in tutti i comparti indagati ad eccezione di quello delle costruzioni.

Si preferisce uno stile impersonale, generalmente legato al riporto di dati.

Ad esempio:

- Si evidenzia/si segnala un diffuso miglioramento...
- Si stima una diminuzione, per il terzo trimestre consecutivo, della relativa percentuale...
- Si rileva una dinamica negativa dei giudizi sugli ordini...

Confesercenti

Si denota una preponderanza per l'utilizzo della 1^a persona plurale al presente indicativo. In alcuni casi questa verrebbe usata per alimentare un senso di inclusione verso il consumatore e diminuire la distanza emotiva con il testo, a volte semplicemente per parlare a nome dell'associazione di Confesercenti. Qui di seguito vengono riportati alcuni esempi:

- Siamo di fronte, però, ad un dato ancora volatile...
- ...per cui stimiamo una diminuzione del volume delle vendite nelle piccole superfici del -1,5%.
- Come abbiamo anticipato nei giorni scorsi, sulle previsioni delle vendite natalizie permane infatti una prospettiva altalenante.

Rispetto all'Istat si può rintracciare un numero maggiore di verbi modali utilizzati in senso epistemico (al condizionale) per supposizioni e stime future, soprattutto nella sezione del commento personale.

Ad esempio:

- Potrebbe incidere negativamente, inoltre, il ritorno alla crescita dei prezzi dell'energia.
- Proprio questi elementi di incertezza potrebbero quindi spingere le famiglie a mantenere atteggiamenti prudenti nei prossimi mesi...
- Il rialzo dei prezzi dell'energia potrebbe rallentare la ripresa economica.

Inoltre, si riscontra una tendenza maggiore per il gerundio:

- A gennaio l'indice dei consumatori registra un incremento di 1,9 punti, arrestando una tendenza negativa durata tre mesi...
- Restano infatti ancora i fattori di incertezza che stanno frenando la ripartenza dei consumi e del commercio...
- Anche il settore turistico sta affrontando sfide, aggravate da problemi come quelli riscontrati a Roccaraso...

Udicon – Unione per la Difesa dei Consumatori

Le indagini di Udicon si riferiscono spesso a “un consumatore” in senso impersonale. Come per gli altri siti, vi è una larga tendenza per l'uso del presente indicativo e di costruzioni impersonali.

Ad esempio:

- Un consumatore più consapevole e attento al budget...
- È un chiaro segnale di un consumatore più riflessivo e attento...

Per quanto riguarda il resto dei siti analizzati, come *Confcommercio* e *Codacons*, le caratteristiche più degne di nota da questo punto di vista rimangono l'utilizzo della 3^a persona al presente indicativo e uno stile impersonale. Alcuni esempi di seguito:

- Per le imprese si tratta del secondo mese in positivo... – Confcommercio
- Confcommercio: "Il quadro resta incerto"
- Andamento diverso per le imprese, con l'indice che a maggio segna il secondo calo consecutivo... – Codacons
- Preoccupa in particolare la diminuzione dell'indice sulla propensione all'acquisto di beni durevoli... – Codacons

In tutti i siti analizzati viene utilizzato il passato prossimo solo sporadicamente, e non è particolarmente degno di nota, né legato ad una funzione extra-linguistica specifica.

Congiunzioni

Le congiunzioni più degne di nota in questi tipi di testi sono le congiunzioni avversative, in particolare, “invece” e “mentre”. Nei siti italiani si preferisce quindi l'utilizzo di congiunzioni subordinanti per il confronto di dati.

Alcuni esempi:

- L'indice del clima di fiducia dei consumatori flette passando da 96,6 a 96,3; invece, l'indicatore composito...
- L'indice di fiducia diminuisce nell'industria (nella manifattura cala da 86,5 a 85,8 e nelle costruzioni flette da 101,5 a 100,9) mentre aumenta nei servizi...
- L'indice sale decisamente nei servizi di mercato (da 93,9 a 99,6) mentre nel commercio al dettaglio...
- Invece, nel commercio al dettaglio i giudizi sulle vendite migliorano...
- Per quanto riguarda le famiglie, invece, continuano ad emergere risultati in parte contrastanti.
- A gennaio l'indice dei consumatori registra un incremento di 1,9 punti, arrestando una tendenza negativa durata tre mesi, mentre la fiducia delle imprese segna un lieve rialzo per il secondo mese consecutivo.

3.2 SITI TEDESCHI

Questa sezione si concentrerà sull'analisi dal punto di vista morfologico di testi presenti su siti tedeschi riguardanti la fiducia dei consumatori. È stato possibile rintracciare alcune discrepanze linguistiche rispetto ai testi italiani, soprattutto rispetto all'utilizzo dei modi e dei tempi verbali.

Verbi

Le caratteristiche linguistiche rintracciate di seguito sono comuni a tutti i siti tedeschi analizzati. Non vi sono particolari differenze morfologiche che si distinguono maggiormente in un sito rispetto che in un altro.

La prima particolarità che salta subito all'occhio nei testi tedeschi è l'utilizzo della costruzione passiva, che nei testi italiani è praticamente assente. In particolare, ad essere molto diffuso è il *Vorgangspassiv* piuttosto che lo *Zustandspassiv*. Si fa uso di questa costruzione per sottolineare l'azione espressa dal predicato piuttosto che delineare la centralità del soggetto, che in questo caso è reso passivante.

Ad esempio:

- Die Inflation wird in Schach gehalten.
- Das heißt, von 100 Euro verfügbarem Einkommen werden im Schnitt 10,40 Euro gespart.
- Für Februar 2025 wird im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,4 Punkte) ein Rückgang von einem Zähler auf -22,4 Punkte prognostiziert.
- Bei der Befragung werden monatlich Personen ab 14 Jahren zu ihren Einkommens- und Konsumerwartungen innerhalb der nächsten zwölf Monate befragt."

Rispetto ai testi italiani si riscontra un uso maggiore del tempo passato. *Präteritum* e *Perfekt* sono equamente presenti in questa tipologia. Qui di seguito alcuni esempi:

- Der Konjunkturklimaindex der Nürnberger Konsumforschungsunternehmen GfK und NIM ist im Oktober...gestiegen.
- Denn die aktuelle Inflationsrate lag im September bei 1,6 Prozent.
- Vor einem Jahr lag der Index bei -25,4.
- Die Konjunkturerwartungen verbesserten sich im Dezember etwas.

Invece, una somiglianza con i testi italiani è la coniugazione dei verbi alla 3^a persona singolare del presente indicativo, oltre che l'uso frequente di costruzioni impersonali. Ad esempio:

- Sie liegt bei 10,4 Prozent - und damit einen ganzen Prozentpunkt über dem Wert des Vorjahres.
- Der GfK-Konsumklima-Index misst die aktuelle Konsumstimmung der Privathaushalte in Deutschland.
- Konjunkturerwartung macht Rückschläge des Vormonats wett, mehr aber auch nicht.
- Es wird also noch ein bisschen dauern.
- Beim Bruttoinlandsprodukt wird jetzt ein Minus von 0,2 Prozent erwartet.
- Es herrscht Katzenjammer aller Orten.

Modali

Si denota un maggiore utilizzo dei verbi modali in senso epistemico per trarre supposizioni o stime future. In particolare, si preferisce il modo condizionale, talvolta il *Konjunktiv I* per segnalare un discorso riportato, e la costruzione passiva.

- Sie könnte leicht gestiegen sein und bei 1,8 Prozent liegen, prognostizieren Ökonomen.
- Erst ab 2025 könne wieder mit einem Zuwachs gerechnet werden.
- Damit könnte das neue Jahr etwas weniger schlecht anfangen als das letzte.
- Hier dürften Arbeitnehmer mit soliden Reallohnsteigerungen einer zunehmenden Gruppe von Menschen mit Rezessionssorgen.
- Das Konsumklima kann dabei laut GfK als vorlaufender Indikator für das Konsumverhalten in Deutschland interpretiert werden."

Pronomi

Come per i testi italiani, i siti tedeschi mantengono uno stile per lo più impersonale. L'unica eccezione sembra essere il sito *Dashboard Konjunktur*, che utilizza la forma di cortesia alla fine del suo commento:

- Weitere Informationen finden Sie auf den unten verlinkten Websites der GfK und des Handelsverbandes Deutschland.

Derivazione

Rispetto al fenomeno della derivazione, questa avviene molto spesso tramite suffissazione. L'unico prefisso degno di nota da ciò che perviene dall'analisi dei testi è il prefisso “-ung”. Questo fenomeno è più comune tra i sostantivi. Qui di seguito alcuni esempi:

-UNG

- Stimmung – “Die Stimmung war zwar zuletzt im April 2022 so gut...”
- Sparneigung – “Die Sparneigung verzeichnet dagegen leichte Zugewinne.”
- Erwartung – “Was die gesamtwirtschaftliche Lage angeht, sinken die Erwartungen der Menschen dem Konjunkturklimateindex zufolge das dritte Mal infolge.”

VER-

- Verbraucher – “Auch die Einkommenserwartungen der Verbraucher konnten sich im Dezember etwas erholen.”
- Verschlechterung – “Die Verschlechterung der Verbraucherstimmung im Januar war nicht der Beginn eines negativen Trends.”
- Verunsicherung - “Die Verunsicherung in den Köpfen bleibt.”

EIN-

- Einkommen – “Das heißt, von 100 Euro verfügbarem Einkommen werden im Schnitt 10,40 Euro gespart.”
- Einschätzung – “Nach Einschätzung von Ulrich Kater von der Dekabank wird die Kaufkraft Ende des kommenden Jahres durchschnittlich wieder hergestellt sein.”

BE-

- Befragung – “Der Stimmungsindikator der GfK GmbH (GfK) basiert auf Befragungen zum aktuellen Konsumverhalten in Deutschland.”
- Befürchtungen – “Hier dürften Arbeitnehmer mit soliden Reallohnsteigerungen einer zunehmenden Gruppe von Menschen mit Rezessionssorgen und Befürchtungen für Arbeitsplatzverlust gegenüber stehen.”

AUS-

- Auswirkung – “Ein negativer Konsumklima-Indexwert steht für eine schlechte Verbraucherstimmung mit negativen Auswirkungen auf die Binnenkonjunktur.”

- Ausgleich – “Der Ausgleich findet irgendwann durch deutliche Lohnsteigerungen statt.”
- Aussicht - “Nach den düsteren Aussichten zu Jahresbeginn hellt sich der Horizont wieder etwas aus.”

Composti

Rispetto alla lingua italiana, il tedesco ha molte più parole composte, e così è stato possibile rintracciarne un gran numero anche in questo tipo di testi. Le più frequenti presentano parole al proprio interno come: *Verbrauch, Wirtschaft, Konjunktur, Unternehmen, Eignung, Konsum*.

Ad esempio:

- Eine Folge davon ist, dass die Verbraucherlaune auf den höchsten Wert seit über zwei Jahren klettert.
- Was die gesamtwirtschaftliche Lage angeht...
- Der Konjunkturklimaindex der Nürnberger Konsumforschungsunternehmen GfK und NIM ist im Oktober zum zweiten Mal infolge um 2,7 Punkte auf minus 18,3 Punkte gestiegen.
- Meldungen über Unternehmensinsolvenzen und Beschäftigungsabbau, wie jüngst bei Volkswagen, trüben die Laune.
- Bei der Anschaffungsneigung scheint der Erholungstrend seit Ende 2022 weiterhin intakt.
- Deutsches GfK-Konsumklima leicht verbessert.

Comparativi

Anche nei siti tedeschi non è raro l'utilizzo di forme comparative o superlative. Qui di seguito alcuni esempi:

- Eine Folge davon ist, dass die Verbraucherlaune auf den höchsten Wert...
- Damit könnte das neue Jahr etwas weniger schlecht anfangen als das letzte.
- Angesichts der Meldungen über Stellenabbau und Produktionsverlagerungen ist dies wenig überraschend.

Congiunzioni

Si è osservato che nei testi tedeschi sono molto frequenti le congiunzioni coordinanti quali “denn” e “aber”, mentre come congiunzione avverbiale spicca la congiunzione finale “damit”. Ad esempio:

- Damit könnte das neue Jahr etwas weniger schlecht anfangen als das letzte.
- Damit stehen die Zeichen weiterhin auf Stagnation.
- Der Konsum wird dadurch aber nicht zwangsläufig angekurbelt, denn die Sparquote der Deutschen ist hoch.
- Die Verbraucherstimmung hob sich zwar, konnte die Rückschläge vom Vormonat aber nur zum Teil kompensieren.

4. SINTASSI

4.1 SITI ITALIANI

Nel capitolo seguente si approfondirà l'analisi della struttura sintattica, la quale non dimostra caratteristiche fondamentalmente peculiari per questa tipologia testuale. Saranno esaminate la lunghezza dei periodi, l'alternanza tra paratassi e ipotassi e le tipologie di subordinate prevalenti.

Lunghezza delle frasi e dei periodi

Per quanto riguarda la **lunghezza** delle frasi e dei periodi, emergono dati alquanto contrastanti. Se alcuni siti internet, come quello ufficiale dell'Istat, prediligono una comunicazione attraverso periodi più brevi e meno complessi, in altri si troveranno più facilmente periodi articolati ed estremamente lunghi, facenti uso di elementi di punteggiatura come i due punti o il punto e virgola per protrarre quanto più la catena periodica.

- A gennaio 2025 aumenta sia il clima di fiducia dei consumatori (l'indice passa da 96,3 a 98,2) sia l'indice composito del clima di fiducia delle imprese (da 95,3 a 95,7).
- Il ribasso dell'indicatore complessivo è dovuto prevalentemente al peggioramento registrato nella manifattura e nei servizi.
- Nei servizi di mercato peggiorano i giudizi sugli ordini (le attese sugli stessi ordini), mentre migliorano le opinioni sull'andamento degli affari.
- L'evoluzione positiva dell'indice di fiducia dei consumatori riflette un generale miglioramento di tutte le sue componenti: il clima economico e quello futuro registrano gli aumenti più marcati, passando, rispettivamente, da 101,9 a 105,3 e da 95,7 a 98,7; il clima personale sale da 94,4 a 95,8 e quello corrente passa da 97,0 a 98,1.
- Segnali di miglioramento, ma la situazione rimane complessa: restano infatti ancora i fattori di incertezza che stanno frenando la ripartenza dei consumi e del commercio, con un impatto particolarmente rilevante sui negozi.
- Una situazione di incertezza che si riflette sulle imprese della distribuzione commerciale, dove il percorso di recupero della fiducia subisce a gennaio una battuta d'arresto, con un lieve calo – -0,4 punti – che però è sintesi di andamenti diversi delle varie forme distributive: mentre la GDO mette a segno

una piccola crescita, i negozi scontano il secondo calo mensile consecutivo, di -1,2 punti a gennaio.

Paratassi e ipotassi

Anche per quanto concerne la scelta tra **paratassi** e **ipotassi**, diverse pagine web mostrano preferenze differenti. Se in siti come quello di Istat si prediligono strutture paratattiche tramite congiunzioni coordinanti o punti fermi, altri mostrano una netta preferenza per frasi estremamente complesse e ricche di subordinate, in particolare di frasi relative. Questa continua alternanza tra paratassi e ipotassi rende la comprensione e la ricezione dell'informazione più ardue, perciò in periodi contenenti dati numerici statistici si tende solitamente a optare per una struttura coordinante.

- Nel commercio al dettaglio i giudizi sulle vendite sono positivi mentre le relative attese diminuiscono.
- L'aumento dell'indicatore è trainato dal comparto manifatturiero e, soprattutto, da quello delle costruzioni.
- Proprio questi elementi di incertezza potrebbero quindi spingere le famiglie a mantenere atteggiamenti prudenti nei prossimi mesi, che continueranno a costituire un freno alla trasmissione della crescita del potere d'acquisto sui consumi e quindi del PIL.
- I consumatori italiani, finalmente, stanno vedendo la luce alla fine del tunnel dopo due anni di rincari delle bollette di luce e gas e un alto tasso di inflazione che ha impattato pesantemente sui bilanci familiari.
- Questo perché le misure inserite dal governo nella legge di bilancio non hanno pienamente convinto le famiglie, che evidenziano un generale pessimismo sul futuro della nostra economia.
- Ciò che manca in questo momento è un impegno reale sul fronte dei prezzi, che dopo due anni di inflazione alle stelle continuano a salire in settori chiave come gli alimentari, e misure efficaci sul fronte della difesa del potere d'acquisto dei cittadini.

Tipi di subordinate

In merito ai diversi tipi di **subordinate**, i testi italiani analizzati non sembrano presentare una grande varietà. Le più frequenti sono senza ombra di dubbio le relative, seguite dalle concessive e successivamente dalle implicite, sia attraverso verbi all'infinito, che al gerundio, che al participio passato.

- La fiducia torna a crescere, anche se l'impatto del caro-energia potrebbe interrompere il percorso di recupero.
- Restano ovviamente vari elementi di incertezza che riguardano vari aspetti della survey, a partire dal clima futuro e dal risparmio, che tradiscono uno stato di preoccupazione delle famiglie.
- A gennaio l'indice dei consumatori registra un incremento di 1,9 punti, arrestando una tendenza negativa durata tre mesi.
- Questa crescente fiducia è attribuibile in parte alla recente frenata dell'inflazione, accompagnata da una significativa riduzione delle spese energetiche.

4.2 TESTI TEDESCHI

Lunghezza delle frasi e dei periodi

In confronto ai testi italiani, i bollettini tedeschi presentano di norma periodi estremamente concisi, solitamente limitati a una sola proposizione. Al contempo tuttavia, la presenza di un solo verbo spesso non è indicatrice di brevità periodica, dal momento che vengono aggiunte molte altre informazioni complementari contribuendo talvolta ad “appesantire” la frase. La tendenza principale però rimane quella di concatenare frasi perlopiù semplici e nella maggior parte dei casi di lunghezza ridotta, separate da segni di interpunzione forte, quasi sempre il punto fermo, e più di rado da congiunzioni coordinanti.

- Die Konsumstimmung in Deutschland hat sich zum Jahresstart 2025 weiter verschlechtert. Der GfK-Konsumklima-Index lag im Januar 2025 bei einem Indexwert von -21,4 Punkten. Für Februar 2025 prognostiziert die GfK für das Konsumklima einen Wert von -22,4 Punkten und somit eine weitere Verschlechterung bei der Stimmung der Konsumentinnen und Konsumenten. Laut der GfK-Konsumklimastudie gingen die Indikatoren für die Anschaffungsneigung und die Einkommenserwartung zurück. Die Konjunkturerwartung haben sich laut GfK ebenfalls verschlechtert.
- Hierbei geht es um die Einschätzung der Konsumneigung der Haushalte und die Ermittlung der Konsumabsichten durch repräsentative Befragungen. Bei der Befragung werden monatlich Personen ab 14 Jahren zu ihren Einkommens- und Konsumerwartungen innerhalb der nächsten zwölf Monate befragt.
- Die Konjunkturerwartungen verbesserten sich im Dezember etwas. Der Indikator stieg um 3,9 Punkte auf 0,3 Zähler. Damit konnten die Rückschläge des Vormonats wett gemacht werden.

Paratassi e ipotassi

La scelta di concatenazione tra proposizioni nella lingua tedesca non si rivela una sorpresa. Seppure la tendenza rimanga quella dell’elenco di periodi e della loro separazione tramite punti fermi, le congiunzioni coordinanti e subordinanti sono comunque presenti. La distribuzione della **paratassi** è essenzialmente equivalente a quella dell’**ipotassi**: nessuna domina sull’altra e il loro alternarsi non si rivela eccessivamente confusionario o pesante come capita in italiano, poiché l’impiego di congiunzioni, coordinanti o subordinanti, è ben ponderato e funzionale alla corretta comprensione testuale.

- Die Konsumlaune hat sich in Deutschland im Dezember etwas erholt, befindet sich aber noch immer auf einem tiefen Stand.
- Zumindest hier scheinen die Tiefstände von Ende 2022 überwunden und der Trend im laufenden Jahr zeigt nach oben.
- Der Konsum wird dadurch aber nicht zwangsläufig angekurbelt, denn die Sparquote der Deutschen ist hoch.
- Die Ergebnisse sind laut Quelle ein Auszug aus der Studie „GfK Konsumklima powered by NIM“ und basieren auf monatlich rund 2.000 Verbraucherinterviews, die im Auftrag der EU-Kommission durchgeführt werden.
- Diese sank im Dezember um 6,0 Punkte, was zeigt, dass die Verbraucher zumindest zum Jahresende doch noch etwas mehr Geld auszugeben planen.

Tipi di subordinate

A differenza dell'italiano, il tedesco presenta una gamma più vasta di tipi di **subordinate**, a partire dalle relative per arrivare alle interrogative indirette, le infinitive, le causali, le concessive, le temporali e le ipotetiche. Nonostante la presenza di differenti strategie ipotattiche, i testi non risultano confusionari o disomogenei ma di facile comprensione, dal momento che l'associazione di subordinate differenti non è limitata a un unico periodo.

- Dabei wird danach gefragt, ob die Verbraucher es derzeit für ratsam halten, größere Anschaffungen zu tätigen.
- Hierbei ist zu betonen, dass dieser Indikator keine Aussage über tatsächliche Käufe geben kann, weil die Verbraucher neben einer positiven Anschaffungsneigung auch das nötige Geld für eine solche größere Anschaffung besitzen und zudem eine Notwendigkeit für diese Anschaffung sehen müssen.
- Auch wenn er sich damit weiterhin unter der Nulllinie befindet liegt er immerhin 3,4 Punkte über dem Wert des Vorjahres.
- Ein weiterer Faktor, der das Konsumklima rechnerisch stützt, ist der Rückgang der Sparneigung.
- Der aktuelle GfK-Wert von minus 18,4 signalisiert, dass die privaten Konsumausgaben im August 2024 um 1,84% niedriger sein werden als im August 2023.
- Es wird also noch ein bisschen dauern, bis Stimmung und Wirtschaftslage wieder zusammenpassen.

- Ebenso drückt auf die Stimmung, wenn Firmen aus Effizienzgründen ihre Produktion ins Ausland verlagern wollen.

5. ASPETTI PRAGMATICI E TEMI RICORRENTI

5.1 TESTI ITALIANI

Questo capitolo prenderà in esame gli elementi pragmatici della lingua, ovvero della comunicazione interpersonale tra fonte informativa e lettore. Visto lo scarso impiego di strutture perlocutorie, sarà interessante analizzare le risoluzioni linguistiche, sia in italiano che in tedesco, per mantenere il testo quanto più impersonale. Verranno inoltre di seguito approfonditi gli elementi deittici spaziali e temporali, la marcatezza sintattica e particolari temi ricorrenti nei testi.

Deissi

Considerata la funzione essenzialmente informativa di questa tipologia testuale, è facilmente deducibile che la **deissi sociale** sia ridotta ai minimi termini, con rarissimi riferimenti al pubblico e un estremamente scarso coinvolgimento dei lettori. La tendenza è di limitarsi a riportare i dati statistici in modo obiettivo senza necessità di fare appello alla comunità, facendo perlopiù uso di strutture impersonali tramite verbi o aggettivi.

- Tra i consumatori, si evidenzia un diffuso miglioramento delle opinioni soprattutto sulla situazione economica generale e su quella futura.
- Sarà dunque essenziale, in questa fase, monitorare attentamente gli sviluppi nei prossimi mesi, in particolare sul fronte dell'energia.
- Si segnala un diffuso miglioramento di tutte le variabili che compongono l'indice, ad eccezione dei giudizi sul bilancio familiare e delle opinioni sull'opportunità di risparmiare nel momento attuale.
- Si può affermare che l'incertezza sia l'elemento che caratterizza questo periodo.
- Potrebbe incidere negativamente, inoltre, il ritorno alla crescita dei prezzi dell'energia, che in questi dati di fiducia (raccolti nella prima metà del mese) ancora non si vede.
- In questo mese si rileva maggiore fiducia, soprattutto verso il futuro.
- Tuttavia, è fondamentale restare prudenti.

Molto raramente si può assistere a una deissi più inclusiva del pubblico di lettori, volta a farlo sentire coinvolto nella situazione congiunturale o di ricezione e interpretazione

dei dati forniti. Questo espediente si può ottenere tramite l'uso della prima persona plurale “noi”, come già approfondito in precedenza.

- Siamo di fronte, però, ad un dato ancora volatile.
- Dati in linea con la situazione attuale del commercio al dettaglio, per cui stimiamo una diminuzione del volume delle vendite nelle piccole superfici del - 1,5% per il 2024, a fronte di un lieve aumento del +0,6% nella grande distribuzione.

In altre casistiche, è interessante sottolineare come la soggettivazione sia affidata a sostantivi ampi e generali, i quali vengono comunque frequentemente associati a entità astratte e non a realtà concrete, in modo da conferire un taglio distaccato, autorevole e di conseguenza attendibile ai comunicati stampa.

- Se da un lato le famiglie traggono beneficio dalla recente frenata dell'inflazione, le imprese, in particolare nel settore del commercio al dettaglio, manifestano una certa sofferenza.
- Nel commercio al dettaglio le vendite sono giudicate in miglioramento mentre diminuiscono le attese relative e si stima un accumulo delle scorte di magazzino.
- Mentre la GDO mette a segno una piccola crescita, i negozi scontano il secondo calo mensile consecutivo, di -1,2 punti a gennaio.

In merito alla **deissi spaziale**, i testi analizzati ne sono fondamentalmente privi, in quanto le informazioni riportate fanno riferimento a una media dell'intero territorio nazionale, la quale si dà per sottintesa. Di conseguenza, seppure la presenza di molteplici riferimenti ai differenti ambiti economici o settori lavorativi sia notevole, ulteriori rimandi a zone geografiche specifiche risulterebbero superflui. Per questo motivo essi sono assenti, o al limite circoscritti a frasi esemplificative.

- Anche il settore turistico sta affrontando sfide, aggravate da problemi come quelli riscontrati a Roccaraso, che hanno generato più disagi che benefici.

La **deissi temporale**, al contrario, rappresenta l'elemento orientativo cardine nei comunicati stampa di questo tipo e permette di collocarsi cronologicamente tra gli aumenti o i cali di fiducia dei consumatori. Perciò sono frequentissimi i riferimenti al mese corrente, così come ai precedenti e ai successivi, e allo stesso modo i deittici di opposizione passato-futuro, per permettere di effettuare paragoni tra lassi temporali diversi.

- A gennaio l'indice dei consumatori registra un incremento di 1,9 punti.

- Ad aprile l'Istat segnala una diminuzione di 1,3 punti per i consumatori e di 1,2 per le aziende.
- Il livello di fiducia di oggi era stato già raggiunto a novembre, ed è comunque più basso di quello di gennaio 2024.
- Nei prossimi mesi, più che mai, la stabilità sarà il cardine su cui si baserà la nostra crescita economica.

Un'altra caratteristica della tipologia testuale presa in esame è la totale assenza di **atti perlocutori** o di espressioni con valore pragmatico. L'obiettivo fondamentale di veicolare informazioni e dati statistici si evidenzia in una sostanziale linearità e brevità dei testi. L'elevata formalità sintattica e la distanza dall'interlocutore sottolineano che l'obiettivo non è di convincimento, coinvolgimento o persuasione bensì di mera divulgazione. Da qui l'estrema rarità di *escamotage* volti ad attirare l'attenzione del lettore, come frasi interrogative, domande retoriche, forme verbali all'imperativo, espressioni del dovere e della possibilità, toni intimi e confidenziali o locuzioni colloquiali. Talvolta, è possibile tuttavia individuare fraseologie di uso più comune (già sopracitate) che interrompono gli elenchi di tecnicismi e termini settoriali per rendere la lettura più accessibile.

- Cala per il terzo mese consecutivo l'indice della fiducia dei consumatori, un pessimo segnale di fine anno che nemmeno il Natale con il suo clima di festa ha saputo contrastare.
- I consumatori italiani, finalmente, stanno vedendo la luce alla fine del tunnel dopo due anni di rincari delle bollette di luce e gas e un alto tasso di inflazione che ha impattato pesantemente sui bilanci familiari.
- È chiaro che la strada verso una piena ripresa economica è ancora lunga e seminata di incertezze.

Marcatezza

L'esempio più calzante riscontrato di **marcatezza** sintattica è il processo di topicalizzazione secondo cui si tende ad anticipare all'inizio della frase il complemento di limitazione, che indica limitatamente a quale settore o ambito è valido o si applica l'enunciato che segue. Questa strategia è sovente impiegata nei comunicati stampa di questo tipo per introdurre le informazioni raccolte relative a una specifica sezione dei dati analizzati.

- In relazione alle imprese, la fiducia peggiora in tutti i comparti indagati ad eccezione di quello delle costruzioni.
- Per quanto riguarda i consumatori peggiorano il clima economico (da 101,9 a 99,4), quello personale (da 94,6 a 93,7) e, soprattutto, quello futuro (l'indice cala da 97,2 a 93,9).
- Passando alle imprese, la fiducia è in calo in tutti e quattro i comparti economici indagati.
- In relazione alla domanda sul grado di utilizzo degli impianti rivolta alle imprese manifatturiere trimestralmente, si stima una diminuzione, per il terzo trimestre consecutivo, della relativa percentuale che passa dal 76,0% del primo trimestre 2024 al 74,8% nel quarto trimestre.
- Per quanto attiene alle componenti dell'indice di fiducia, nell'industria manifatturiera peggiorano i giudizi sugli ordini e le scorte di prodotti finiti sono giudicate in accumulo.

A livello di strutturazione sintattica ricorrente, dai testi analizzati emerge la preferenza di riportare l'informazione numerica o statistica alla fine della proposizione, evidenziandone in tal modo la significatività.

- Il clima economico e quello futuro registrano gli aumenti più marcati, passando, rispettivamente, da 101,9 a 105,3 e da 95,7 a 98,7.
- Più in dettaglio, nel settore manifatturiero l'indice diminuisce da 88,2 a 86,8, nei servizi di mercato scende da 97,8 a 97,1 e nel commercio al dettaglio cala da 102,8 a 102,2.
- Il clima personale sale da 94,4 a 95,8 e quello corrente passa da 97,0 a 98,1.
- Con riferimento alle imprese, l'indice di fiducia aumenta nell'industria (nella manifattura sale da 85,9 a 86,8 e nelle costruzioni cresce marcatamente da 100,9 a 104,2) mentre diminuisce nei servizi di mercato (da 99,6 a 99,0) e nel commercio al dettaglio (da 106,9 a 106,5).

Temi ricorrenti

A partire dall'analisi dei bollettini italiani relativi alla fiducia dei consumatori, sono emersi numerosi **temi ricorrenti**, i quali compaiono sia a livello lessicale che morfosintattico, conferendo specifiche letture interpretative ai testi. La prima tematica presa in esame è quella caratterizzante iconicamente questa tipologia testuale, ossia la fiducia stessa dei consumatori. Tale contenuto viene poi contestualmente associato alla speranza, così come al dubbio e la perplessità, aprendosi all'inclusione di diversi elementi della dimensione psicologica. Da qui il non raro impiego di termini appartenenti al campo semantico delle emozioni, della (s)fiducia nel presente e nel

futuro e di aggettivazioni connotative in riferimento alle opinioni e ai giudizi della popolazione sulla situazione congiunturale.

- Il clima di fiducia dei consumatori torna ad aumentare dopo tre mesi consecutivi di calo.
- Le opinioni sul quadro personale e quello corrente sono improntate ad un più cauto ottimismo.
- Passando alle imprese, la fiducia è in calo in tutti e quattro i comparti economici indagati.
- Il deterioramento del sentiment di tutti gli operatori economici sembra riflettere, infatti, più che un reale peggioramento dello stato di salute del sistema Italia, una paura diffusa di possibili eventi negativi.
- Cominciano a emergere segnali di preoccupazione che riguardano le prospettive del Paese nel suo complesso, con gli inevitabili riflessi negativi sulle famiglie, occupazione in primis, e sulle condizioni di operatività delle imprese.
- Questo perché le misure inserite dal governo nella legge di bilancio non hanno pienamente convinto le famiglie, che evidenziano un generale pessimismo sul futuro della nostra economia.

Altro dettaglio ricorrente è rappresentato dalla continua contrapposizione cronologica tra passato e presente, senza escludere talvolta la dimensione futura. Questo elemento, realizzato mediante frequenti riferimenti a periodi mensili o archi temporali più generici, permette al lettore di poter confrontare i dati forniti in precedenza con la situazione attuale, e conseguentemente di trarre le proprie opinioni riguardo al clima economico nazionale.

- Dopo il dato “misto” di marzo, ad aprile peggiorano sia il clima di fiducia dei consumatori che quello delle imprese.
- A gennaio l'indice dei consumatori registra un incremento di 1,9 punti, arrestando una tendenza negativa durata tre mesi, mentre la fiducia delle imprese segna un lieve rialzo per il secondo mese consecutivo.
- Il livello di fiducia di oggi era stato già raggiunto a novembre, ed è comunque più basso di quello di gennaio 2024.
- Negli ultimi mesi l'indice composito del clima di fiducia dei consumatori aveva mostrato segnali di arretramento, ma in questo mese si rileva maggiore fiducia, soprattutto verso il futuro.
- Nei prossimi mesi, più che mai, la stabilità sarà il cardine su cui si baserà la nostra crescita economica.

Un'ulteriore contrapposizione rilevata nei testi analizzati è quella tra il miglioramento e il peggioramento. Il nodo principale in questo caso non riguarda quindi esclusivamente le idee statiche di “buono” e “cattivo”, bensì primariamente l'evoluzione degli elementi considerati (la fiducia, i giudizi, le opinioni e le attese dei consumatori, così come le produzioni e le vendite delle aziende) all'interno di posizioni intermedie rispetto a tali valori. Da qui numerosissimi rimandi alle sfere semantiche della positività e negatività, e, relativamente a ciò, anche dell'aumento e della diminuzione.

- Quanto alle componenti degli indici di fiducia, nel settore industriale tutte le componenti registrano una dinamica positiva.
- Invece, nei servizi di mercato opinioni in peggioramento sugli ordini si uniscono a giudizi in miglioramento sull'andamento degli affari.
- Nel commercio al dettaglio i giudizi sulle vendite sono positivi mentre le relative attese diminuiscono.
- In relazione alla domanda sul grado di utilizzo degli impianti rivolta alle imprese manifatturiere trimestralmente, si stima una diminuzione, per il terzo trimestre consecutivo, della relativa percentuale.
- Il ribasso dell'indicatore complessivo è dovuto prevalentemente al peggioramento registrato nella manifattura e nei servizi.
- Nel commercio al dettaglio le vendite sono giudicate in miglioramento mentre diminuiscono le attese relative e si stima un accumulo delle scorte di magazzino.

Un ultimo elemento ricorrente degno di nota è quello dell'ipotesi e della stima. Questi fattori sono in grado, tramite l'attenta analisi di dati già ricevuti e strutture riconosciute analoghe, di tracciare possibili sviluppi economici futuri, eventualmente conferendo ulteriore speranza alla comunità e alle aziende. I rimandi a questo campo semantico sono spesso realizzati tramite il condizionale presente del modale “potere”, così come attraverso rese più dirette con forme verbali quali “ipotizzare” e “stimare”.

- Potrebbe incidere negativamente, inoltre, il ritorno alla crescita dei prezzi dell'energia, che in questi dati di fiducia (raccolti nella prima metà del mese) ancora non si vede.
- Proprio questi elementi di incertezza potrebbero quindi spingere le famiglie a mantenere atteggiamenti prudenti nei prossimi mesi, che continueranno a costituire un freno alla trasmissione della crescita del potere d'acquisto sui consumi e quindi del PIL.
- Dati in linea con la situazione attuale del commercio al dettaglio, per cui stimiamo una diminuzione del volume delle vendite nelle piccole superfici del -

1,5% per il 2024, a fronte di un lieve aumento del +0,6% nella grande distribuzione.

5.2 TESTI TEDESCHI

Deissi

Analogamente ai testi italiani, i comunicati stampa tedeschi analizzati hanno uno scarsissimo valore pragmatico e non fanno un uso degno di nota della **deissi sociale**. La funzione informativa dei testi prevede perciò l'impiego di strutture quanto più impersonali e astratte al fine di mantenere un tono autoritario e attendibile, senza l'inclusione o il coinvolgimento del lettore. Come in italiano, nelle versioni tedesche è possibile imbattersi in usi impersonali del verbo.

- Und am Dienstag fanden gleich zwei Gipfel der Regierungspartner dazu statt, wie man die Wirtschaft im Land wieder in Schwung bekommt.

Ciononostante, a differenza degli equivalenti testi italiani, come già visto il tedesco ha una preferenza molto più significativa per le forme verbali passive, che di conseguenza compaiono più di frequente. Questa scelta diatesica ha il fine di spersonalizzare quanto più il corpo testuale focalizzando l'attenzione del lettore sull'informazione fornita.

- Das Konsumklima kann dabei laut GfK als vorlaufender Indikator für das Konsumverhalten in Deutschland interpretiert werden.
- Für den Stimmungsindikator des Handelsverbands Deutschland (HDE) werden ebenfalls Befragungen zum aktuellen Konsumverhalten in Deutschland herangezogen.
- Damit konnten die Rückschläge des Vormonats wett gemacht werden.
- Seit Oktober 2023 werden die von der GfK erhobenen Daten zum Konsumklima gemeinsam mit dem Nürnberg Institut für Marktforschung (NIM) ausgewertet und herausgegeben.
- Die Inflation wird in Schach gehalten.
- Der Konsum wird dadurch aber nicht zwangsläufig angekurbelt, denn die Sparquote der Deutschen ist hoch.
- Ein geringerer Wert wurde zuletzt im März gemessen.
- Es wird perspektivisch mit einer Inflationsrate von zwei Prozent gerechnet.

Una caratteristica peculiare dei comunicati stampa tedeschi è l'impiego sovente di strutture riportanti la fonte informativa, la quale in italiano è normalmente data per scontata (l'Istat), oppure citata al più una volta per ogni articolo. Questo elemento può essere attribuito alla differenza contestuale tra le culture italiana e tedesca, laddove la seconda è una cultura a contesto più basso rispetto alla prima e necessita di maggiori specificazioni e approfondimenti. Ecco perché la GfK (*Nürnberg Gesellschaft für Konsumforschung*) viene non di rado nominata, anche a più riprese nello stesso testo,

come fonte principale delle informazioni. In merito a ciò, il tedesco risolve frequentemente introducendo l'argomento tramite avverbi, espressioni fisse oppure attributi partecipiali.

- Laut der GfK-Konsumklimastudie gingen die Indikatoren für die Anschaffungsneigung und die Einkommenserwartung zurück.
- Die Verbraucherstimmung in Deutschland hat sich nach Angaben der GfK weiter verschlechtert.
- Laut der GfK-Konsumklimastudie gingen sowohl die Indikatoren für die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch für die Anschaffungsneigung zurück.
- Der von den Nürnberger Instituten GfK und NIM berechnete Konsumklimaindex stieg in der Prognose für Januar 2025 gegenüber dem revidierten Vormonatswert um 1,8 auf – 21,3 Punkte.
- Seit Oktober 2023 werden die von der GfK erhobenen Daten zum Konsumklima gemeinsam mit dem Nürnberg Institut für Marktforschung (NIM) ausgewertet und herausgegeben.
- Nach Einschätzung von Ulrich Kater von der Dekabank wird die Kaufkraft Ende des kommenden Jahres durchschnittlich wieder hergestellt sein.

Meno raro rispetto all'italiano è inoltre l'affidamento della soggettivazione a un sostantivo personale. Si tratta di nomi perlopiù generali e non connotati, ma che contribuiscono comunque a rendere il testo più accessibile e concreto.

- Bei der Befragung werden monatlich Personen ab 14 Jahren zu ihren Einkommens- und Konsumerwartungen innerhalb der nächsten zwölf Monate befragt.
- Diese sank im Dezember um 6,0 Punkte, was zeigt, dass die Verbraucher zumindest zum Jahresende doch noch etwas mehr Geld auszugeben planen.
- Die Deutschen halten ihr Geld zusammen, und die Wirtschaft lahmt nach wie vor.
- Bis die Leute spüren, dass die Inflation tatsächlich sinkt, dauert es.
- Dazu passt, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher die Konjunkturaussichten für die kommenden zwölf Monate erneut etwas pessimistischer beurteilen.
- Sie könnte leicht gestiegen sein und bei 1,8 Prozent liegen, prognostizieren Ökonomen.

L'unico esempio di deissi sociale vera e propria nei testi analizzati è riducibile al semplice rimando, da parte del sito *Dashboard Konjunktur*, a un'altra pagina sulla quale il lettore potrà trovare ulteriori informazioni sul tema d'interesse.

- Weitere Informationen finden Sie auf den unten verlinkten Websites der GfK und des Handelsverbandes Deutschland.

Analogamente alle versioni italiane, anche nei testi tedeschi non viene dato molto spazio alla **deissi spaziale**. I riferimenti a luoghi geografici sono relativamente rari e perlopiù limitati a casi esemplificativi o situazioni nelle quali non viene dato per scontato il riferimento generico alla nazione tedesca.

- Die Stimmung war zwar zuletzt im April 2022 so gut, kurz nach Ausbruch des Krieges in der Ukraine.
- Ebenso drückt auf die Stimmung, wenn Firmen aus Effizienzgründen ihre Produktion ins Ausland verlagern wollen.
- So hat auch die Ampel-Regierung in Berlin ihre Prognose für das Wirtschaftswachstum im laufenden Jahr nach unten korrigiert.

Per quanto riguarda invece la **deissi temporale**, essa è, proprio come in italiano, onnipresente negli analoghi comunicati stampa tedeschi. I riferimenti cronologici mensili e annuali sono molteplici, con l'obiettivo di guidare il lettore alla comprensione dell'evoluzione congiunturale nel tempo e di permettergli di confrontare dati passati e presenti.

- Für Februar 2025 wird im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,4 Punkte) ein Rückgang von einem Zähler auf -22,4 Punkte prognostiziert.
- Die Verschlechterung der Verbraucherstimmung im Januar war nicht der Beginn eines negativen Trends. Denn im Februar erholt sich die Stimmung wieder leicht.
- Denn die aktuelle Inflationsrate lag im September bei 1,6 Prozent.
- Die Konjunkturerwartungen verbesserten sich im Dezember etwas.
- Zumindest schien aber der letzte Wert von November etwas zu pessimistisch.
- Der aktuelle GfK-Wert von minus 18,4 signalisiert, dass die privaten Konsumausgaben im August 2024 um 1,84% niedriger sein werden als im August 2023.
- Erst ab 2025 könne das Bruttoinlandsprodukt wieder mit einem Zuwachs gerechnet werden.

L'assenza di **atti perlocutori** ed espressioni dal valore pragmatico ricorre anche nei testi tedeschi. Il corpo testuale non si ripromette di includere il lettore pur non

rendendosi a lui incomprensibile. Da ciò ne deriva che il linguaggio appare tecnico ma non eccessivamente formale, potenzialmente più accessibile rispetto a quello italiano. L'impiego di stratagemmi per attirare l'attenzione del lettore tramite domande retoriche, forme imperative o strutture più comuni rimane comunque ridotto ai minimi termini.

Marcatezza

In termini di marcatezza, i testi tedeschi non differiscono in modo significativo da quelli italiani. Normalmente si prediligono frasi **non marcate** in cui le informazioni vengono presentate secondo l'ordine neutro standard della sintassi tedesca.

L'anticipazione a inizio frase del complemento di limitazione è talvolta presente, ma di gran lunga non un fenomeno comune tanto quanto nelle varianti italiane. Al contrario, la preferenza si orienta solitamente su una tematizzazione dell'elemento o dato congiunturale preso in esame, il quale assume il ruolo di soggetto del periodo. Il complemento di limitazione, quando presente, può essere rappresentato da un sintagma preposizionale o corrispondere a un'intera proposizione avente la medesima funzione.

- Was die gesamtwirtschaftliche Lage angeht, sinken die Erwartungen der Menschen dem Konjunkturklimaindex zufolge das dritte Mal infolge.
- Beim Bruttoinlandsprodukt wird jetzt ein Minus von 0,2 Prozent erwartet.

Anche in tedesco generalmente si opta per una resa dell'informazione numerica o dato statistico alla fine del periodo (per quanto possibile tenendo in considerazione la *Satzklammer*, o "parentesi verbale"). A differenza dell'italiano, tuttavia, è più probabile imbattersi in periodi con un ordine delle informazioni più libero, nel quale il dato numerico venga fornito anticipatamente rispetto alla norma.

- Der Subindex drehte sich mit einem Anstieg um 4,9 auf 1,4 Zähler wieder in den positiven Bereich.
- Mit einem Minus von 0,5 Zählern weist der Konjunkturindikator aktuell noch 0,2 Punkte auf.
- Denn hier ist die Inflation wegen der kräftigen Lohnsteigerungen mit knapp vier Prozent noch am höchsten.

Temi ricorrenti

Tra i temi ricorrenti della tipologia testuale analizzata, il tedesco non si allontana eccessivamente dall'italiano. Punto in comune più distintivo è la contrapposizione temporale tra presente e passato, con continui riferimenti cronologici associati e messi a paragone al fine di sviluppare consapevolezza sull'evoluzione economica attuale.

- Nach den düsteren Aussichten zu Jahresbeginn hellt sich der Horizont wieder etwas aus.
- Die Verschlechterung der Verbraucherstimmung im Januar war nicht der Beginn eines negativen Trends. Denn im Februar erholt sich die Stimmung wieder leicht.
- Vor einem Jahr lag der Index bei -25,4.
- Zumindest hier scheinen die Tiefstände von Ende 2022 überwunden und der Trend im laufenden Jahr zeigt nach oben.
- Der aktuelle GfK-Wert von minus 18,4 signalisiert, dass die privaten Konsumausgaben im August 2024 um 1,84% niedriger sein werden als im August 2023.

Elemento peculiare dei comunicati stampa tedeschi rispetto a quelli italiani è la grande attribuzione di importanza alla dimensione futura. In maniera maggiore in confronto all'italiano, il tedesco è ricco di sostantivi, verbi, avverbi ed espressioni appartenenti al campo semantico dell'ipotesi e della speculazione. Laddove i testi italiani dimostrano più cautela in merito alle previsioni congiunturali per il futuro, in tedesco la tendenza è quella di protrarre esplicitamente l'informazione e la ricerca verso l'avvenire. Questo modus operandi permette non solo di riflettere sugli ipotetici sviluppi successivi dell'economia, ma anche di elaborare strategie di mercato su una base concreta, seppur sempre speculativa.

- Folglich geht das Konsumklima in der Prognose zurück.
- Für Februar 2025 wird im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,4 Punkte) ein Rückgang von einem Zähler auf -22,4 Punkte prognostiziert.
- Der von den Nürnberger Instituten GfK und NIM berechnete Konsumklimaindex stieg in der Prognose für Januar 2025 gegenüber dem revidierten Vormonatswert um 1,8 auf - 21,3 Punkte.
- Es wird perspektivisch mit einer Inflationsrate von zwei Prozent gerechnet.

Infine, l'elemento emotivo e il binomio miglioramento-peggioramento non presentano eccessiva importanza nei testi tedeschi. Si tratta nel secondo caso di un tema spesso ricorrente, ma che assume connotazioni più tecniche e meno relative, meno associate alla dimensione interiore. Espressioni e termini appartenenti al campo semantico delle

emozioni non sono comunque rare, nonostante compaiano in maniera minore rispetto ai testi italiani.

- Die Kombination aus wirtschaftlicher Unsicherheit, Sorgen um den Arbeitsplatz und die weiterhin hohe Sparneigung dürfte nur eine sehr langsame konjunkturelle Erholung ermöglichen.
- Die Verunsicherung in den Köpfen bleibt.
- NIM-Konsumforscher Rolf Bürkl erklärt, dass nicht nur die geopolitische Lage, sondern auch die aktuellen Nachrichten aus der Wirtschaft verunsichern.
- Meldungen über Unternehmensinsolvenzen und Beschäftigungsabbau, wie jüngst bei Volkswagen, trüben die Laune.

6. ASPETTI GRAFICI

6.1 SITI ITALIANI

Istat – Istituto Nazionale di Statistica

L'Istat raccoglie ogni mese nel suo archivio online le sue indagini riguardanti la fiducia dei consumatori e delle imprese, allegandovi il testo integrale e una nota metodologica, assieme alle singole tavole su Excel.

Il documento si chiama “statistiche flash” e si trova sotto al commento del comunicato stampa preso in considerazione. Vi è un rimando all'area web della congiuntura, all'archivio dei comunicati stampa, e all'accesso alla banca dati. Sotto vengono riportati il periodo di riferimento dell'indagine, la data di pubblicazione e la data della prossima diffusione Istat.

The screenshot shows the Istat website interface. On the left, there are three navigation links, each with a red circular icon containing a white line graph and the text "Area web della congiuntura", "Archivio comunicati stampa", and "Accesso alla banca dati" respectively. On the right, a grey box contains the following information: "Periodo di riferimento: Dicembre 2024", "Data pubblicazione: 20 Dicembre 2024", "Prossima diffusione: 29 Gennaio 2025". Below this, there are two links: "Testo integrale e nota metodologica" (with a red icon of a document) and "Tavole" (with a red icon of a document) followed by "(.xlsx, 133 Kb)".

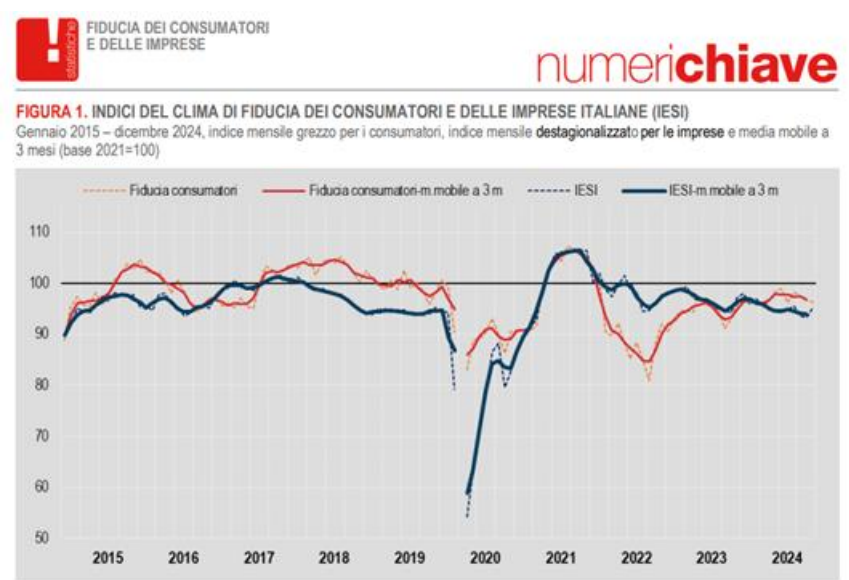
Ad ogni testo e commento Istat vengono associati dei temi e dei tag per facilitare la ricerca di un determinato documento.

The screenshot shows the Istat website interface. At the top, there is a "Tema:" label followed by a list of themes: "Condizioni economiche delle famiglie", "Industria e costruzioni", "Servizi", and "Vita quotidiana e opinione dei cittadini". Below this, there is a "Tag:" label followed by a grid of tags: "commercio", "condizioni economiche", "consumi", "costruzioni", "economia", "fiducia", "fiducia consumatori e imprese", "grandi magazzini", "inflazione", "lavoro", "manifatturiero", "ordinativi", "produzione", "risparmio", "servizi", and "statistica flash". At the bottom, there is a "Tipo di documento:" label followed by a dropdown menu showing "Comunicato stampa". Below this, there is an "Id:" label followed by the number "84118".

Inoltre, anche il testo integrale con nota metodologica Istat segue una precisa struttura e si divide in più sezioni:

1. Numeri chiave

Qui di seguito alcuni esempi di grafici e tabelle che mostrano i dati dell’indagine Istat in modo piuttosto trasparente. Chiaramente, ne consegue che una caratteristica chiave di questo tipo di testi sono i dati delle indagini riportati in numero o in percentuale, ai quali poi viene sempre associato un disegno esplicativo.



PROSPETTO 1. INDICE DEL CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI ITALIANI E COMPONENTI
Agosto – dicembre 2024, indici (base 2021=100) e saldi ponderati grezzi

	2024				
	ago	set	ott	nov	dic
INDICI					
CLIMA DI FIDUCIA (a)	96,1	98,3	97,4	96,6	96,3
Clima economico	102,3	103,9	99,7	97,8	96,1
Clima personale	93,8	96,3	96,6	96,2	96,4
Clima corrente	96,3	99,0	99,2	98,7	98,6
Clima futuro	95,7	97,4	95,0	93,8	93,3
SALDI					
COMPONENTI					
Giudizi sulla situazione economica dell'Italia	-62,9	-58,4	-63,9	-64,5	-63,7
Attese sulla situazione economica dell'Italia	-34,5	-29,5	-37,0	-34,0	-37,5
Attese sulla disoccupazione	+19,0	+20,5	+27,6	+38,8	+44,3
Giudizi sulla situazione economica della famiglia	-31,1	-30,7	-28,9	-29,1	-28,0
Attese sulla situazione economica della famiglia	-14,5	-13,4	-13,7	-15,8	-16,0
Giudizi sul bilancio familiare	+11,2	+16,9	+19,6	+21,0	+19,6
Opportunità attuale del risparmio	+130,2	+139,1	+139,5	+144,9	+142,5
Possibilità future di risparmio	-11,7	-3,6	-6,6	-5,2	+0,1
Opportunità attuale all'acquisto di beni durevoli	-70,5	-62,8	-60,6	-71,0	-70,7

(a) Il clima di fiducia è la sintesi dei climi economico e personale o, alternativamente, dei climi corrente e futuro.

FIGURA 2. CLIMA ECONOMICO E PERSONALE
Gennaio 2015 – dicembre 2024, indici grezzi (base 2021=100)

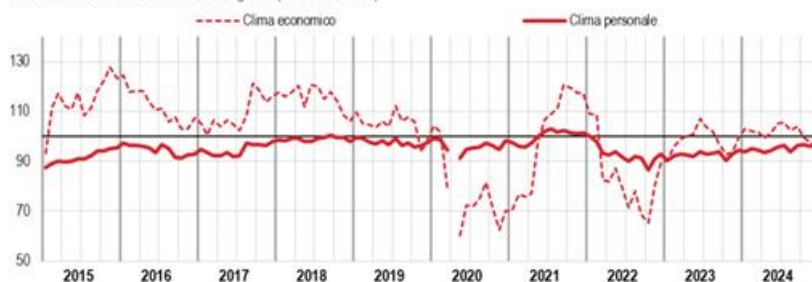
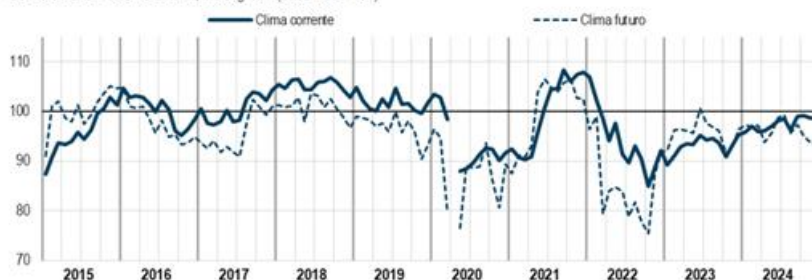


FIGURA 3. CLIMA CORRENTE E FUTURO
Gennaio 2015 – dicembre 2024, indici grezzi (base 2021=100)



2. Glossario

L'Istat riporta un glossario di termini del settore economico spesso utilizzati all'interno dei propri testi, di conseguenza rendendo l'approccio alla lettura più semplice anche per il lettore medio del testo, ovvero, per il consumatore.



FIDUCIA DEI CONSUMATORI
E DELLE IMPRESE

glossario

Dati destagionalizzati: dati depurati, mediante apposite tecniche statistiche, dalle fluttuazioni attribuibili alla componente stagionale (dovute a fattori meteorologici, consuetudinari, legislativi, ecc.) e, se significativi, dagli effetti di calendario. Questa trasformazione dei dati è la più idonea a cogliere l'evoluzione congiunturale di un indicatore.

Clima di fiducia dei consumatori: è elaborato sulla base di nove domande ritenute maggiormente idonee per valutare l'ottimismo/pessimismo dei consumatori (e precisamente: giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia; attese sulla disoccupazione; giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; opportunità attuale e possibilità future del risparmio; opportunità all'acquisto di beni durevoli; giudizi sul bilancio familiare). I risultati delle nove domande, espressi in forma di saldi ponderati su dati grezzi, sono aggregati tramite media aritmetica semplice; il risultato è poi riportato a numero indice con anno base uguale a 100. Vengono proposte anche delle disaggregazioni del clima totale, riportate anch'esse a numero indice (sempre con anno base uguale a 100) ovvero: a) **Clima economico**, media aritmetica semplice dei saldi ponderati relativi a giudizi e attese sulla situazione economica dell'Italia, attese sulla disoccupazione (quest'ultimo saldo con segno invertito); b) **Clima personale**, media aritmetica semplice dei saldi ponderati delle rimanenti sei domande componenti il clima di fiducia (giudizi e attese sulla situazione economica della famiglia; opportunità attuale e possibilità future del risparmio; opportunità all'acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); c) **Clima corrente**, media delle domande relative ai giudizi (situazione economica dell'Italia e della famiglia; opportunità attuale del risparmio e acquisto di beni durevoli; bilancio finanziario della famiglia); d) **Clima futuro**: media dei saldi delle attese (situazione economica dell'Italia e della famiglia; disoccupazione con segno invertito; possibilità future di risparmio). I **Saldi relativi alle variabili dell'indagine sui consumatori** consistono nella differenza fra le frequenze percentuali del numero dei rispondenti alle modalità che indicano un aumento e quelle del numero dei rispondenti alle modalità che indicano una diminuzione e forniscono indicazioni sintetiche sui fenomeni osservati. Si utilizzano i saldi ponderati con peso doppio per le modalità estreme. Le domande del questionario (prevalentemente di tipo qualitativo ordinale chiuso) prevedono una gamma predeterminata ed esaustiva di possibilità di risposta (da tre a cinque, con l'aggiunta della modalità non so/non risponde) del tipo: "Molto alto"; "Alto"; "Stazionario"; "Basso"; "Molto basso".

3. Nota metodologica

Alla fine del documento informativo è presente una nota metodologica per spiegare al lettore come e da chi è stata condotta l'indagine Istat e secondo quale norme o accordi. Per chiarimenti tecnici e metodologici, alla fine del documento è possibile rintracciare il contatto di un operatore.



FIDUCIA DEI CONSUMATORI
E DELLE IMPRESE

notametodologica

Introduzione e quadro normativo

Le indagini sulla fiducia dei consumatori e delle imprese sono cinque indagini campionarie mensili rivolte agli individui e alle imprese: un'indagine che rileva i dati sugli individui e quattro indagini che si rivolgono alle imprese. In particolare, le indagini sulle imprese coprono 4 settori economici (manfatturiero, costruzioni, servizi e commercio al dettaglio) individuati in base alla classificazione delle attività economiche (Ateco 2007) attualmente in vigore. Lo scopo originale delle indagini, rimasto invariato nel tempo, è quello di raccogliere le opinioni (giudizi ed aspettative) di tutti gli agenti economici riguardo a specifiche variabili connesse al loro comportamento futuro ed all'ambiente economico in cui essi operano. Le informazioni rilevate, prevalentemente di natura qualitativa, sono ritenute significative perché in grado di rilevare modifiche nei comportamenti degli individui e mutamenti, correnti e futuri, dei settori economici oggetto di indagine. Le opinioni espresse dalle unità intervistate su variabili chiave, opportunamente quantificate e trattate permettono, inoltre, di ottenere una indicazione sul grado di fiducia presente nei settori indagati.

Concepita per esigenze di analisi congiunturale, tali indagini si distinguono fortemente da quelle statistiche di natura quantitativa: operano infatti in ambiti diversi dell'agire economico che sfuggono, per la loro natura, alla misurazione quantitativa (si pensi, in particolare, alle aspettative). I risultati provenienti dalle indagini sulla fiducia sono caratterizzati dalla capacità di monitorare il sistema economico nel suo complesso e, pertanto, sono spesso utilizzati anche nei modelli econometrici.

Le indagini, previste nell'accordo quadro tra l'Istat e la Commissione europea (*Framework Partnership Agreement* ECFIN/026/2021 e *Specific Grant Agreement* annuali), fanno parte di un progetto armonizzato a livello europeo coordinato dalla Commissione europea; attualmente il progetto è disciplinato dalla Decisione della Commissione europea C(97) 2241 del 15 luglio 1997 e dalla [Comunicazione della Commissione COM\(2006\) del 12 luglio 2006](#). In quanto inserite in un progetto armonizzato a livello europeo, le principali caratteristiche delle indagini, sia per l'aspetto metodologico sia per le definizioni relative ad alcune variabili rilevate, seguono le linee guida fornite dalla Commissione Europea. In particolare, i questionari utilizzati per le cinque indagini contengono sia quesiti armonizzati a livello europeo sia domande aggiuntive orientate a soddisfare necessità informative a livello nazionale.

Le indagini sono inserite nel [Programma Statistico Nazionale](#) (edizione in vigore: Psn 2023-2025) approvato con DPR del 24 settembre 2024, pubblicato nel Supplemento Ordinario n. 39 alla Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 268 del 15 novembre 2024.

L'Istat è in assoluto il sito più semplice da navigare, probabilmente perché emittente diretto e di riferimento per ogni altro sito italiano, perlomeno riguardante l'indice di fiducia dei consumatori. Ogni informazione è facilmente rintracciabile.

Confcommercio

Il sito nazionale di Confcommercio ha una pagina di approfondimento dedicata all'Istat e alle sue indagini, che si trova sotto alla voce di "commercio". Gli studi Istat pubblicati riguardano gli ultimi aggiornamenti della congiuntura, in particolare le vendite al dettaglio, il commercio estero, l'inflazione e, per l'appunto, la fiducia dei consumatori.

Commercio

È lo scambio di beni e servizi inteso sia come importazione che esportazione. Fanno parte del commercio settori quali: commercio al dettaglio, ingrosso, elettronico, turismo, servizi.

Per approfondire:

- [Focus Istat: vendite al dettaglio, commercio estero, inflazione, fiducia dei consumatori](#)
- [Turismo in Italia: indagini, dati e informazioni](#)

La fiducia dei consumatori è riportata assieme alla fiducia delle imprese.

Generalmente, assieme al commento di Confcommercio viene anche allegato un grafico Istat che mostra l'indice del clima di fiducia dei consumatori e delle imprese italiane di un determinato lasso di tempo. Di seguito un esempio:



In altri siti presi in esame, come Codacons, Udicon e Confesercenti, non sono stati riscontrati altri elementi grafici degni di nota. Generalmente questi siti non affiancano mai elementi grafici al loro commento personale sulla congiuntura.

Le indagini sull'indice della fiducia dei consumatori sono riportate nelle corrispondenti voci relative ai comunicati stampa. I siti sopracitati non possiedono infatti una sezione sulla fiducia dei consumatori a sé stante, e questo rende più difficile la ricerca di informazioni.

L'unica fonte a essere menzionata con costanza è l'Istat.

6.2 SITI TEDESCHI

Zdfheute

Il sito *zdfheute* è in assoluto il più completo di elementi grafici, spesso e volentieri affiancati al proprio commento relativo alla fiducia dei consumatori. Si tratta di foto o di video, ma ad essere particolarmente utili sono i piccoli servizi riassuntivi disponibili direttamente sulla pagina dell'articolo. Altro aspetto messo in evidenza dal punto di vista grafico sono le citazioni, riportate in grassetto. Ad esempio:



Deutsche Wirtschaftsinstitute prognostizieren für das Jahr 2024 einen leichten Rückgang des Bruttoinlandsprodukts. Erst ab 2025 könne wieder mit einem Zuwachs gerechnet werden.

26.09.2024 | 2:23 min

„Bis die Leute spüren, dass die Inflation tatsächlich sinkt, dauert es. Die Preise sind gestiegen und werden auch oben bleiben.“

Ulrich Kater, Chefökonom Dekabank

Come per altri siti italiani, *zdfheute* associa dei tag ai propri articoli per reindirizzare il lettore nella ricerca di argomenti. Infatti, questo sembra essere uno dei siti meglio organizzati. Ad esempio:

Thema

Inflation

Haspa Kapitalmarkt

Questo sito riporta le informazioni in modo più schematico, riassumendo il contenuto del commento in punti nella prima parte dell'articolo.

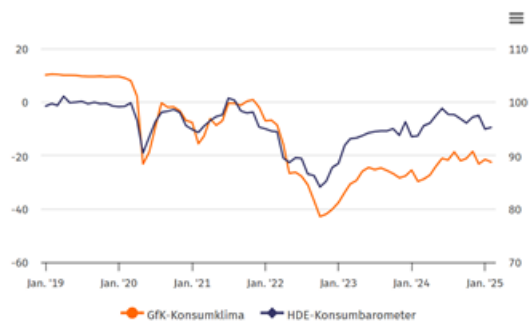
Negli articoli analizzati di *Haspa Kapitalmarkt* risalta la presenza di foto e grafici, ma anche di brainstorming, che già offrono una panoramica sull'andamento della congiuntura. Qui un esempio:



Inoltre, come nei siti italiani, i grafici continuano a rimanere fondamentali. Questa è una caratteristica che si individua in molteplici siti, come in *Haspa Kapitalmarkt*, *Dashboard Konjunktur* o *Statista*. I più comuni sono i grafici a linee. Alcuni esempi:

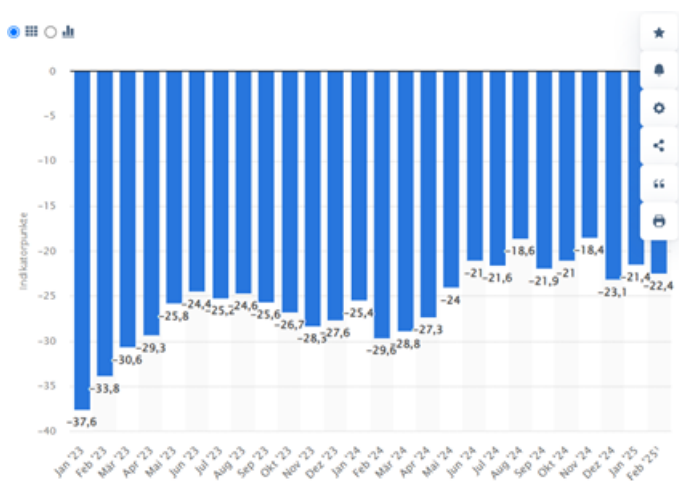


Stimmungsindikatoren Konsum ①



Statista

Statista offre la possibilità di visualizzare i grafici delle indagini in più modi, oltre che di poter scaricare la propria analisi in formati diversi. Ad esempio:



Suche: Einträge: 13

Merkmal	Indikatorpunkte
Nov '24	-1
Aug '24	-1
Okt '24	
Jun '24	-21
Jan '25	-21,4
Jul '24	-21,6
Sep '24	-21,9
Feb '25¹	-22,4
Dez '24	-23,1
Mai '24	-24
Jun '23	-24,4
Aug '23	-24,6
Jul '23	-25,2

DOWNLOAD



È anche l'unico dei siti analizzati a non presentare un menù a tendina. Tuttavia, alla fine dei propri articoli rimanda comunque ad altre statistiche relative all'argomento in questione.

Inoltre, sia *Statista* che *Dashboard Konjunktur* evidenziano in un piccolo pannello apposito le fonti della loro analisi e i dati dell'indagine svolta.

📅 3. Februar 2025, Datenstand: Februar 2025

Datenqualität:

Umfrage- und Stimmungsindikatoren, Prognosen ⓘ

Quellen:

[GfK SE](#) ⓘ

[Handelsverband Deutschland](#) ⓘ

[Handelsblatt Research Institute](#) ⓘ

7. ORDINE DELLE INFORMAZIONI

7.1 SITI ITALIANI

Nei siti italiani analizzati le informazioni sono presentate in testi unitari che appaiono come un blocco. Nonostante la suddivisione in paragrafi, i dati e i commenti sulla fiducia dei consumatori risultano meno chiari rispetto ai testi tedeschi. Nei siti italiani diagrammi e grafici sono meno presenti rispetto ai siti in lingua tedesca, a eccezione del sito Istat. I dati e l'andamento economico sono informazioni inserite nel titolo e sviluppate poi in modo più completo nel corpo del testo.

7.2 SITI TEDESCHI

Nei testi tedeschi si è riscontrata una maggiore strutturazione della presentazione delle informazioni. Il commento sull'andamento economico e la fiducia dei consumatori sono suddivisi in paragrafi corti e chiari anche dal punto di vista visivo. I paragrafi sono spesso intervallati da istogrammi e diagrammi cartesiani che contribuiscono alla chiarezza visiva e alla facilitazione della comprensione del contenuto. Si può affermare che le informazioni nei siti tedeschi sono presentate in modo più efficace e immediato. Anche nei siti tedeschi il titolo anticipa l'andamento dell'economia e nel testo vengono mostrati e analizzati i dati raccolti.

8. CONCLUSIONI

Grazie a questa indagine contrastiva è stato possibile far luce sulle principali caratteristiche linguistiche di testi riguardanti la fiducia dei consumatori, in particolar modo sulle analogie e differenze tra siti italiani e siti tedeschi.

Sia nei testi italiani che nei testi tedeschi si parla della fiducia dei consumatori in modo comprensibile. Si fa uso di lessico specialistico ma i termini utilizzati risultano sufficientemente chiari: si tratta infatti di parole ormai largamente diffuse e impiegate non solo da esperti del settore. L'influenza dell'andamento economico sulla fiducia dei consumatori e l'analisi dei dati sono informazioni fornite con un linguaggio comune, non eccessivamente tecnico e pertanto accessibile ad un pubblico più ampio.

A causa della natura perlopiù descrittiva della tipologia dei testi, in entrambe le opzioni linguistiche si denota la preferenza per uno stile impersonale e l'utilizzo di tempi verbali semplici. Altri fenomeni morfologici, quali la derivazione e l'uso di forme comparative, sono comuni in entrambe le lingue, mentre le discrepanze principali si ritrovano nei classici sostantivi composti tedeschi e nell'utilizzo di verbi modali.

La natura informativa della tipologia testuale analizzata non lascia grande spazio alla differenziazione pragmatica tra le due lingue. I testi sono concepiti con il proposito di distanziarsi dal lettore fornendogli un'informazione statistica oggettiva, senza il bisogno di coinvolgimento o persuasione. Le forme deittiche e la marcatezza sintattica tendono quindi perlopiù a ricorrere parallelamente, mentre è possibile rilevare delle diversità nell'intensità di specificazione di alcuni elementi, come le fonti informative. Le differenze culturali, oltre che linguistiche, si evidenziano anche nella predilezione di determinati temi comuni, i quali possono essere più o meno presenti o assumere diverse connotazioni in base alla lingua presa in analisi.

Gli elementi grafici sono particolarmente rilevanti per entrambe le tipologie e contribuiscono alla comprensione del contenuto del testo.

L'ordine e la struttura delle informazioni nei diversi siti e testi presi in analisi presentano numerosi punti in comune e non spiccano differenze essenziali.

9. SITOGRAFIA

9.1 SITI ITALIANI

Istat: <https://www.istat.it/comunicato-stampa/fiducia-dei-consumatori-e-delle-imprese-gennaio-2025/>

Regione Lombardia:

<https://www.regione.lombardia.it/wps/portal/istituzionale/HP/DettaglioRedazionale/istituzione/delegazioni/roma/istat-fiducia-giugno24/istat-fiducia-giugno24>

Confcommercio: <https://www.confcommercio.it/-/fiducia-aprile-2024>

Confesercenti: <https://www.confesercenti.it/blog/fiducia-confesercenti-segnali-di-miglioramento-ma-attenzione-a-carro-energia/>

Udicon: <https://www.udicon.org/2024/02/28/istat-udicon-da-consumatori-segnali-di-ottimismo-ma-restare-prudenti-roma/>

Codacons: <https://codacons.it/fiducia-consumatori-codacons-natale-non-salva-fiducia-per-consumatori-terzo-calo-consecutivo/>

9.2 SITI TEDESCHI

Statista: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/2425/umfrage/gfk-konsumklima-index/#:~:text=GfK%2DKonsumklima%2DIndex%20f%C3%BCr%20Deutschland%20bis%20Februar%202025&text=Der%20GfK%2DKonsumklima%2DIndex%20lag,Stimmung%20der%20Konsumentinnen%20und%20Konsumenten.>

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1118404/umfrage/gfk-konsumklimastudie/>

Dashboard Deutschland: https://www.dashboard-deutschland.de/indicator/tile_1667983271066

Haspa Kapitalmarkt: <https://www.haspa-kapitalmarkt.de/2024/12/19/deutsches-gfk-konsumklima-steigt/>

Zdfheute: <https://www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/verbraucher-stimmung-konsum-gfk-inflation-100.html>