

I conti sono sempre più in rosso, i comunicatori dicono no all'Inpgi

PREVIDENZA

I professionisti sono stati individuati tra i possibili nuovi contributori

Per l'istituto dei giornalisti il risultato economico 2018 si è chiuso a - 161 milioni

Federica Micardi

I comunicatori non vogliono uscire dall'Inps per entrare nell'Inpgi, l'istituto nazionale di previdenza dei giornalisti italiani. I dati del bilancio consuntivo dell'istituto, scrivono in un comunicato congiunto diverse associazioni (Ascai, Cida, Com&Tec, Confassociazioni, Ferpi, Iaa, Una) «confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 meno 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi meno 190 milioni di euro». Ma non è tutto: le associazioni stigmatizzano la strumentale generalizzazione tra comunicazione e informazione.

Le cause del dissesto dell'Inpgi 1, che oggi conta 15mila attivi e 9mila pensionati, dipendono da diversi fattori, in primis il calo dei giornalisti dipendenti diminuiti di oltre 3mila unità in sei anni (nei primi sei mesi del 2019 si sono perse altre 400 posizioni); sul tavolo degli imputati ci sono anche le riforme passate ritenute non adeguatamente stringenti.

La soluzione trovata dal precedente Governo, contenuta nell'articolo 16-quinquies della legge 58/2019 di conversione del decreto crescita (Dl 34/2019) prevede di trasferire all'Inpgi dal 2023 (data che potrebbe essere anticipata) i comunicatori se l'istituto, nonostante le riforme che dovrà presentare entro il 30 giugno 2020, dimostrerà l'impossibilità di tornare in equilibrio.

E qui si pone il primo problema: chi sono e quanti sono i comunicatori. «Lo scenario, sia per l'Inpgi che per l'Inps cambia se i comunicatori sono 20mila oppure 200mila

– fa notare Andrea Cornelli, vice presidente di Uma – e al momento quale sia il perimetro dei comunicatori non è chiaro ed è necessario stabilirlo. Per questo le associazioni dei comunicatori chiedono alle istituzioni che si faccia un tavolo di confronto dove vengano ripercorritti i ruoli e i compiti delle figure che lavorano nell'informazione e nella comunicazione».

Attualmente i segnali che arrivano dal Governo sembrano in continuità con il precedente Esecutivo; il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'Editoria, Andrea Martella che si è detto favorevole all'idea di ampliare la platea Inpgi e, assicura il sottosegretario al Lavoro Francesca Puglisi, c'è la volontà di neutralizzare il rischio commissariamento dell'istituto previsto dal Dlgs 509/94, articolo 2, comma 2. Tecnicamente la moratoria prevista dalla legge 58/2019 è scaduta il 31 ottobre, ma l'emendamento che la proroga, escluso per inammissibilità dal decreto crisi – anticipa Puglisi – sarà ripresentato con il decreto fiscale. «Il Governo al momento è contrario al commissariamento – sostiene Puglisi – e vuole dare all'istituto il tempo di preparare una riforma».

In merito a un tavolo di confronto con i comunicatori Puglisi spiega che queste attività sono in stand by in attesa delle deleghe.

In questo scenario incerto «senza che ci sia un piano attuariale almeno ventennale i comunicatori sono impauriti e preoccupati per la loro pensione» racconta Massimo Fiaschi, segretario generale di ManagerItalia (Confcommercio); che aggiunge: «non è chiaro se la "trasfusione" di 20mila lavoratori sarà sufficiente o sarà solo un intervento tampone per rinviare un problema destinato a peggiorare». Fiaschi già sul Sole 24 Ore del 4 giugno aveva lanciato un allarme, «rimasto inascoltato».

Nessuno parla apertamente di contenzioso ma è una strada che nessuno si sente neppure di escludere.

Certo i numeri del bilancio consuntivo dell'Inpgi (di poco inferiori

a quelli del bilancio di assestamento 2019 richiamati dai comunicatori) non sono confortanti: il patrimonio, oggi pari a circa 1,5 miliardi diventa negativo nel 2028; il saldo previdenziale nel 2018 è di -147 milioni e il risultato economico è di -161 milioni (era negativo per 100 milioni nel 2017).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

QUOTIDIANO

DEL LAVORO



NON È DI TIPO DISCIPLINARE Trasferimento se ci sono tensioni in ufficio

Se il datore di lavoro dimostra che la presenza del dipendente in una certa sede genera tensioni o contrasti tali da compromettere il buon andamento dell'ufficio, il trasferimento per incompatibilità ambientale è legittimo senza necessità di particolari garanzie sostanziali e procedurali.

— **Giulia Bifano**
Massimiliano Biolchini

Il testo integrale dell'articolo su: quotidianolavoro.ilssole24ore.com

FATTI & FLASH

Fatti e notizie dell'editoria, della tivvù, di Internet e della comunicazione

Segnali in mezzo alla bufera

La conferenza dei comitati di redazione chiede misure per il settore e la salvaguardia dell'Inpgi. Intanto alcune associazioni di comunicatori sollecitano un tavolo tecnico in vista dell'assorbimento nell'istituto di previdenza dei giornalisti che naviga in acque difficili

“**N**o a una nuova stagione di prepensionamenti senza contestuali interventi strutturali sul lavoro, sul contrasto al precariato e sulla previdenza”. La conferenza nazionale dei comitati di redazione, riunita il 6 novembre nella sede romana della Fnsi, è stata chiara: il ricorso agli ammortizzatori sociali non è possibile senza che vi sia una seria trattativa con governo e editori per il rilancio del settore, evitando che i prepensionamenti “si traducano ancora una volta soltanto in un taglio del costo del lavoro da parte delle aziende editoriali”. Un pronunciamento che arriva subito dopo che in alcune aziende (Poligrafici Editoriale e *Askanews*) sono stati richiesti nuovi interventi degli ammortizzatori sociali. Nel documento finale, approvato per acclamazione, i Cdr, sottolineando l'apprezzamento per “le aperture del governo”, chiedono misure concrete per il rilancio del settore, tra cui l'abolizione dei co.co.co., politiche di inclusione nel mondo del lavoro, “il recepimento della normativa europea sul diritto d'autore, strumento per evitare che continui il saccheggio del lavoro giornalistico da parte dei giganti del web” e la salvaguardia dell'istituto di previdenza della categoria, che “passa attraverso l'indispensabile allargamento della platea degli iscritti”.

Proprio l'Inpgi è uno dei nodi cruciali da risolvere per risanare e rilanciare

il sistema. Nella relazione, il 31 ottobre, la presidente dell'istituto Marina Macelloni ha evidenziato che i dati del bilancio di assestamento 2019 e preventivo 2020 confermano il trend degli anni scorsi con un'ulteriore perdita, nel primo semestre 2019, di 400 posti di lavoro, che in cifre si traducono in

fatte prima dell'approvazione della legge, l'allargamento del numero di contribuenti consentirebbe all'Inpgi un progressivo risanamento.

Questa manovra è stata fortemente contestata da associazioni che rappresentano una parte, assai agguerrita e influente seppur non numerosissima,

dei comunicatori (Ascai, Cida, Com&Tec, Confassociazioni, Ferpi, Iaa, Una). Proprio in coincidenza con la conferenza dei Cdr, hanno sottoscritto un appello (vedi Documenti su *Primaonline.it*). È la “risposta alle affermazioni dei vertici dell'Inpgi che danno per certo l'allargamento della platea contributiva dal 2023”, spiega Rita

Palumbo, segretaria generale della Ferpi. “Affermazioni non vere. L'unica legge in vigore, quella del 28 giugno 2019, impone all'Inpgi tagli dei costi e riforma del sistema previdenziale, quali condizioni necessarie prima di ipotizzare l'allargamento della base contributiva ad altre figure professionali.

Ma i vertici dell'Inpgi danno per scontato che l'allargamento si farà per legge e che coinvolga i comunicatori. La posizione di Ferpi è da sempre stata molto chiara: il coinvolgimento dei comunicatori nell'operazione di salvataggio dell'Inpgi non →



Andrea Martella, sottosegretario con delega all'Editoria, e Marina Macelloni, presidente dell'Inpgi (foto Ansa).



un risultato negativo di 169 milioni quest'anno, che salirà a 190 milioni nel prossimo.

Una situazione cui l'Inpgi prevede di porre progressivamente riparo con gli effetti della legge approvata il 28 giugno che stabilisce di allargare nel 2023 la platea degli iscritti, includendo i comunicatori pubblici e privati.

Si sta parlando di una popolazione contributiva valutata prudentemente intorno ai 14mila operatori, con retribuzioni medie più basse dei giornalisti e con un'età anagrafica più giovane. Dalle stime tecniche



Rita Palumbo

© riproduzione riservata

FATTI & FLASH

→ può essere considerata legge di Stato senza nemmeno aver ascoltato le associazioni del mercato della comunicazione. Non possiamo, quindi, che continuare nella nostra ferma opposizione al nostro coinvolgimento nell'Inpgi sia per il disastroso disavanzo previdenziale dell'istituto, che aumenta di anno in anno, sia per la mancanza di trasparenza".

"Ferpi e le altre associazioni della comunicazione", continua Palumbo, "si impegneranno per salvaguardare il futuro pensionistico dei comunicatori, per sottolineare che è inaccettabile che si dia per scontato il coinvolgimento di migliaia di professionisti che svolgono attività diverse dal giornalismo in un'operazione piena di incongruenze, e che è assurdo che si interpretino le leggi a favore di pochi e a discapito di molti. Abbiamo già inoltrato una richiesta di incontro al ministro del Lavoro Nunzia Catalfo e al sottosegretario Andrea Martella. Continueremo a chiedere alle istituzioni di essere ascoltati e di costruire un tavolo tecnico con tutte le parti interessate per evitare ricadute disastrose sull'occupazione e sul futuro pensionistico sia dei giornalisti sia dei comunicatori".

Al di là del problema Inpgi, questa è un'occasione storica per le associazioni dei comunicatori che da tempo

premono per diventare un interlocutore istituzionale del governo.

"Noi siamo assolutamente aperti al confronto: abbiamo già incontrato le principali associazioni dei comunicatori e continueremo a farlo", afferma in risposta la presidente dell'Inpgi Marina Macelloni. "Per quanto riguarda la legge, è vero che non fa riferimento esplicito ai comunicatori, ma le coperture sono state definite sulla base delle caratteristiche professionali e di redditi corrispondenti ai comunicatori oggi iscritti all'Inps".

Macelloni è anche alle prese con problemi legati alle norme che, con la legge del giugno scorso, hanno dato all'Inpgi un anno di tempo (fino a giugno 2020) per studiare altre misure di contenimento dei costi e di incremento delle entrate, con un ulteriore semestre per le verifiche attuariali, sospendendo così il rischio dell'intervento di un commissario in base al decreto 509. Nel frattempo, però, non è stata approvata una misura che annullasse gli effetti dello stesso decreto 509. Un problema tecnico - almeno a parole, nessuno a livello politico chiede il commissariamento dell'Inpgi - che sembrava risolto facendo approvare all'interno del decreto 'Crisi', l'emendamento che riuniva i tre proposti alla commissione Lavoro, se non fosse arrivato lo stop della Ragioneria

dello Stato. Superato anche questo inghippo, il ministero del Lavoro non ha fatto in tempo a inviare la relazione tecnica. A questo punto restano le assicurazioni che il problema sarà risolto con l'approvazione della legge di stabilità o con il decreto 'Fisco', mentre sul piano del risanamento iniziano a farsi sentire gli effetti della riforma che l'Inpgi ha varato nel 2017: l'aumento dell'età per il pensionamento e lo stop alle pensioni di anzianità hanno ridotto al livello fisiologico di 200 le uscite per quiescenza. Insomma, dai giornali escono verso la pensione meno giornalisti, ma resta il problema che non ne entrano di nuovi. Intanto all'Inpgi sono iniziati i giochi in vista del rinnovo dei vertici, previsto per il 10 febbraio.

Infine, riguardo agli ammortizzatori sociali, il sottosegretario alla presidenza del Consiglio con delega all'Editoria Andrea Martella ha confermato che "la misura dei prepensionamenti è in fase di perfezionamento". "Le risorse per rifinanziare la legge 416 ci sono", ha aggiunto, "si potrà trovare un'intesa e fare in modo che a questo intervento, necessario per le difficoltà che ci sono nel settore, corrisponda un turnover consistente. Io proporrei una percentuale di due a uno, ovvero un ingresso ogni due uscite".

Carlo Riva



[Chi siamo](#) [Informazioni Legali](#) [RSS](#) [Pubblicità](#)[Cookie policy](#) [I nostri partner](#)

Donna *in* Affari.it

TESTATA GIORNALISTICA REGISTRATA AL TRIBUNALE DI ROMA nr. 198 del 22/4/2010

[IMPRENDITORIA](#) [LAVORO](#) [FORMAZIONE](#) [ETICA](#) [APPUNTAMENTI](#) [SOSTIENICI](#)

LAVORO

PENSIONI

I comunicatori scendono in campo contro l'allargamento della base contributiva dell'Inpgi e contro la strumentale generalizzazione: comunicazione e informazione non sono la stessa cosa

 Redazione Donna In Affari 27 Novembre 2019

Articoli Recenti



Violenza sulle Donne. Il Premio "Donatella Colasanti e Rosaria Lopez"



Bando apicoltura in Valle d'Aosta



Centri per l'impiego. Novità in Friuli Venezia Giulia



Eurochocolate Christmas torna in pista e svela le prime golose anticipazioni.

Pubblichiamo il comunicato congiunto a firma di ASCAI, Associazione per lo sviluppo della Comunicazione Aziendale, CIDA, Confederazione Italiana Dirigenti e Alte Professionalità, COM&TEC, Associazione italiana per la comunicazione tecnica, CONFASSOCIAZIONI, Confederazione Associazioni Professionali, FERPI, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, IAA Italy, International Advertising Association Chapter Italy, UNA, Aziende della Comunicazione Unite



Donne: Furlan (Cisl) Dati violenza impressionanti. Serve mobilitazione e diffondere cultura del rispetto della persona



Violenza sulle donne: Consiglio regionale illumina la finestre di rosso



Le clementine di Confagricoltura Donna contro la violenza di genere



Giornata internazionale contro la violenza sulle donne, presentazione premio Colasanti-Lopez

I risultati dell'ultimo bilancio della gestione previdenziale dell'Istituto di Previdenza dei Giornalisti "Giovanni Amendola", confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 oltre meno 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi -190 milioni di euro. La soluzione del Presidente Marina Macelloni non lascia spazio ad interpretazioni: la costante perdita di posti di lavoro "...ci ha portato ad ottenere, nel giugno scorso, la legge che ci consentirà di ampliare la nostra platea. Dal 2023 la nostra platea di iscritti potrà essere allargata ad altre figure professionali che svolgono attività affini e in molti casi sovrapposte alla nostra. Certo, il percorso va completato ma la soluzione da noi prospettata con forza e discussa nel corso di oltre un anno di incontri con i ministeri e con tutti gli interlocutori istituzionali, è diventata legge dello Stato" (fonte sito FNSI).

Una soluzione discussa con tutti tranne che con i soggetti professionali che sarebbero coinvolti in questa operazione: i comunicatori e le loro associazioni di categoria. I comunicatori sono fermamente convinti della necessità di collaborare sul piano professionale, ma ribadiscono con grande fermezza le differenze strutturali di vocazione e di missione che distinguono gli informatori dai comunicatori.

Tutte le associazioni del mercato della comunicazione chiedono trasparenza sia sui conti dell'INPGI che sulle ipotesi legislative e sottolineano:

"La legge cui fa riferimento il presidente Macelloni (decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2019, n. 58) chiede ad INPGI (articolo 16-quinquies) tagli dei costi e riforma del sistema previdenziale quali condizioni per ipotizzare l'allargamento della base contributiva ad altre figure professionali. Tuttavia, nessuna riforma e nessun taglio dei costi sono stati nemmeno ipotizzati".

"Allo stato attuale, l'INPGI non reggerebbe nemmeno se fosse coinvolto un esercito di comunicatori. Si intende privare l'Inps di 20/30.000 contribuenti per conferirli ad una cassa privata in dissesto finanziario. Le criticità di gestione dell'Istituto - ammesse pubblicamente anche dai vertici della Cassa - non possono essere risolte, tuttavia, obbligando migliaia di soggetti a cambiare ente previdenziale, peraltro con le difficoltà che ne deriverebbero nell'uniformare le prestazioni di due enti così profondamente diversi. E quella che oggi viene proposta come soluzione irrinunciabile per INPGI, sarebbe non solo manifestamente inefficace, ma avrebbe ricadute disastrose sull'occupazione nel mercato della comunicazione, sull'INPS e sul futuro previdenziale di centinaia di migliaia di professionisti, giornalisti compresi".

"Ecco quindi perché chiediamo di essere ascoltati dalle Istituzioni competenti e di aprire un

tavolo tecnico per la gestione dei criteri economici di fattibilità di un'operazione che, per come è stata gestita fino ad ora, punta a confermare privilegi immotivati di una categoria - quella dei giornalisti/informatori - in forte crisi occupazionale".

Tags: [comunicatori](#), [giornalismo](#), [informazione](#), [inpg](#), [inppi](#)

← Post precedente

Post successivo →

Centri per l'Impiego. Novità in Friuli Venezia Giulia

Bando apicoltura in Valle d'Aosta


Potrebbe interessarti

LAVORO

DIRITTI

LAVORO

Rapporto sul Mercato del Lavoro 2018

 Cristina Montagni


 10 Marzo 2019

Publicato il report annuale del Ministero del Lavoro realizzato in collaborazione con Istat, Inps, Inail e Anpal

[LEGGI](#)

Lavoro: obiettivo 30% di donne nel management entro il 2020

 Serena Selvarolo

 8 Settembre 2018

Il 30% Club Italia, campagna globale senza fini di lucro, presenta il rapporto "Più donne nel management, più opportunità per il Paese", a cura...

[LEGGI](#)


LAVORO

OPPORTUNITÀ

DIRITTI


LAVORO


Lavoro, le competenze digitali aiutano a trovarlo

 Redazione Donna in Affari

 8 Dicembre

Premio Merito e Talento rivolto alle donne dirigenti lombarde

 donnainaffari_mair

 8 Gennaio



Seguici su



fai una

donazione a Lsdi

Donazione



Oltre la crisi: le proposte dei giornalisti (sg)

Redazione | 10 Novembre 2019 |

Tag: business, giornalismo, Google, indicizzazione, link, modelli, seo



La chiusura, purtroppo per certi versi, definitiva, degli Stati generali dell'editoria voluti dal Governo giallo-verde, si è consumata il 4 luglio scorso, a partire dalle ore 10, presso la nuova aula dei Gruppi parlamentari della Camera dei Deputati. Era un giovedì e c'era parecchio caldo. Perdonate l'ironia. Ma sembrano davvero passati

eoni, non mesi, da quel giorno. Nel frattempo un Governo è caduto, ne è subentrato un altro con una diversa maggioranza (che di già vacilla e barcolla parecchio assai, se ci è permessa una notina polemica), ma soprattutto il mondo del giornalismo e dell'editoria italiana, è ritornato nel marasma più totale, senza che l'apertura decisa, voluta dal Governo precedente, e i conseguenti incontri degli Stati generali, abbiano lasciato una traccia, anche minima, sul comparto. Magari sbagliamo, ma questa è la percezione dal nostro osservatorio. Vedremo. I segnali per il momento non sono buoni, purtroppo. Gli intrecci tra i vari mondi che compongono il settore, appena appena accennati, durante le consultazioni degli Stati generali, stanno già scemando. La fase finale del percorso di conoscenza e confronto è venuta meno prima ancora di cominciare con la crisi di Governo. Del convegno di ottobre a Torino, per tirare le fila della narrazione e formulare una concreta proposta di riforma, si sono perse le tracce, anche perché, calendario alla mano, ottobre è già finito da almeno una decina di giorni. Quindi? Forse in fondo a questo nostro ultimo pezzo di rendicontazione degli Stati generali proveremo a rispondere alla domanda, o almeno proveremo a formulare qualche proposta. Intanto veniamo al racconto dell'incontro che ha posto la pietra tombale sugli Stati generali e che si intitolava: "Oltre la crisi: le proposte dei giornalisti per cambiare passo". Dopo l'introduzione ai lavori dell'allora Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri, con delega all'informazione e all'editoria, Vito Crimi, prevedeva l'intervento di Alberto Puliafito - Giornalista, scrittore e Direttore "Slow News", di Daniele Nalbone - Giornalista, scrittore e Responsabile web di "Paese Sera" e di Marco Gambaro - Professore di Economia e industria dei media Università Statale di Milano; ed era come sempre moderato dal capo Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria, Ferruccio Sepe.

L'introduzione

Vito Crimi: *La crisi del settore non può essere affrontata con una visione corporativistica. Perché nel momento in cui gli editori riescono ad avere un modello di business che consenta loro di stare in piedi, allora ci sono giornalisti che possono lavorare per questi editori e nel momento in cui ci sono i giornalisti c'è il prodotto editoriale, c'è qualcuno che lo può distribuire, c'è qualcuno che lo può vendere, c'è qualcuno che può vendere la pubblicità. Questo è un sistema che va visto nella sua interezza. Se c'è una crisi, come avviene in tutti i settori industriali, lo Stato deve fare la*

BRAINSTORMING: SEGNALAZIONI

- NEWS - EVENTI - BANDI -

LAVORO

New York Times: In Trump's Twitter Feed: Conspiracy-Mongers, Racists and Spies

Video - Civil Society and Reconciliation: Rethinking History to Embrace Memory



Premio Mani Tese per il giornalismo investigativo e sociale

European Social Documentary - corso di formazione

Toscana: bando sostegno del lavoro giornalistico e dell'informazione locale.

Premio Morrione per il giornalismo d'inchiesta - una settimana in più per partecipare. Chiusura iscrizioni il 27 gennaio.

The New's room cerca giornalisti, videogiornalisti, fotografi e un illustratore.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

LSDI

L'indirizzo email è obbligatorio

Nome

Cognome

sua parte, per consentire che questa crisi venga superata, cercando di ridurre il danno. Però nessuno deve pensare che lo Stato debba sostituirsi integralmente al mercato.

Ferruccio Sepe: *Non abbiamo visto la luce all'orizzonte durante questi colloqui. Abbiamo capito che ci sono idee diverse. Anche in Europa continuano a cercare strumenti per garantire il pluralismo. Sappiamo che da solo il mercato non basterà, ma sappiamo altresì che non sarà lo Stato a poterlo sostituire in maniera integrale. Siamo in una terra di mezzo, cioè in quella zona ancora in cui sappiamo cosa non sarà più, ma non sappiamo ancora cosa ci aspetta.*

I relatori

Daniele Nalbone: *E' venuta meno la fiducia nei giornalisti e nei giornali da parte delle persone. Questa è una cosa con la quale dobbiamo necessariamente iniziare a confrontarci. Se le persone cercano notizie al di fuori degli organi di informazione, evidentemente, c'è un problema in questo Paese. Possiamo chiamarlo, in negativo, un declino culturale; possiamo dirlo in positivo: c'è un tentativo di andare oltre la coltre dell'informazione mediata che da sempre abbiamo in questo Paese. L'informazione è diventata una commodity. Quello che noi leggiamo tutti i giorni sui siti d'informazione è la stessa identica cosa su ogni giornale allo stesso momento. Non c'è null'altro di diverso. Oggi i siti di informazione sono discariche di link. I piani editoriali prevedono cento, centocinquanta link al giorno, non c'è una gerarchia, non c'è un approfondimento, non c'è uno studio dietro la produzione che viene fatta di questi di questi articoli, soprattutto su quella che poi è l'interfaccia, la piazza del Paese cioè i social network. Se scopriamo una qualsiasi delle bacheche che ci troviamo davanti, o delle pagine, vediamo un flusso continuo di notizie che non hanno né capo né coda. Questa roba qui ha distrutto la professione. Questo è il modello di business nel quale ci muoviamo. Tutti corriamo nello stesso identico momento per la stessa identica notizia. Quindi adesso la colpa è di Facebook e Google se il settore è in crisi? Dovremmo essere noi giornalisti a pagare Google. Perché i piani editoriali, i modelli di business sono tutti incentrati sull'indicizzazione che ci dà comunque Google. Se Google chiude i rubinetti, chiudono i giornali. E se la sfida deve essere quella di trovarci a creare un contraltare a Facebook e Google fatto da noi, stiamo parlando di due realtà che hanno i soldi per scatenare una guerra nucleare in questo mondo. E noi vogliamo fare la guerra con gli strumenti che abbiamo a queste realtà? O vogliamo cominciare a provare a creare dei prodotti editoriali che recuperino la fiducia dei lettori e smetterla con questi modelli di business folli?*

Il risultato è quello di aver riempito le redazioni non più dei giornalisti ma di web content editor cioè di persone che si trovano a fare dieci, quindici, venti articoli ogni giorno, copiati da una parte e dall'altra, per farli piovere sui motori di ricerca, sui social network. E la cosa ancora più grave è che queste persone sono pagate, quando va bene, mille euro al mese. Per me la soluzione è solo e soltanto all'interno del sindacato non fuori. Per capire qual è la situazione nella quale si trovano a lavorare i giornalisti. Cominciamo a farci delle domande. Se un sito dal nulla comincia a fare cinquecentomila utenti unici al giorno sulle classifiche, domandiamoci ma chi ci lavora dentro quel sito, chi lo sta mettendo in piedi? Oppure è tutto normale che dal nulla nascano siti che fanno cinquecentomila visite, facendo cento-centocinquanta articoli. E poi chi li produce, non vediamo nessun articolo firmato, nell'80% dei casi sono siglati redazione. Che cos'è quella roba lì? Il ruolo del giornalista oggi di fronte al declino culturale, non solo di questo Paese, ma proprio dell'intera Società, è assolutamente importante, ancora più importante.

Slow journalism non è un prodotto, ma un metodo. Ci siamo dati tre regole, l'informazione deve essere: buona, giusta e pulita. Il click non ha nulla a

Email

Procedi



The player is loading ...

RUBRICA DIGITSEGNALI

- **#digit19 Pin Polo Universitario di Prato 14 e 15 marzo 2019**
Si chiama "In attesa di diventare dei" la nuova edizione di digit il festival nazionale dedicato al giornalismo e alla comunicazione digitale che si svolgerà a Prato dentro al PIN il Polo Universitario pratese il 14 e 15 marzo prossimi. Nei 10 diver [...]
- **I video di #digitTorino**
The post I video di #digitTorino appeared first on Digit. [...]
- **Gli atti di #digitTorino 2018**
Pubblichiamo il materiale utilizzato dai relatori durante #digitTorino Marco Renzi 001 media literacy from Marco Renzi Michele Mezza Michele Mezza Digit Torino 2018 from Vittorio Pasteris Piero Dominici Pier Dominici Digit Torino 2018 from Vittorio P [...]

LA CONVERSAZIONE SU TWITTER

Tweets about "@lsdi OR #lsdi"
Segui @lsdi

📄 NOTIZIE DA ARTICOLO 21

che vedere con questa informazione. Il successo di un giornale non può e non deve essere giudicato soltanto in base ai picchi di traffico. Poi se ne vogliamo semplicemente che questi diventino spazi pubblicitari possiamo fare altro, a quel punto non c'è bisogno di fare un giornale. Le mie proposte sono molto semplici. Capire la situazione reale sui posti di lavoro, realizzare assemblee aperte all'interno delle sedi territoriali del sindacato. Assemblee aperte a tutti soprattutto ai lavoratori Uspi, e alle partite IVA, e trovare nuove forme di rappresentanza. Un cdr in ogni redazione. I contributi pubblici dovrebbero essere spesi anche su progetti di ricerca e sperimentazione nel giornalismo (vedere cosa sta accadendo in Europa con i Google Dni). Introduciamo degli sgravi, prevedendo nuove forme di lavoro, regolamentati all'interno delle aziende editoriali. Dove il lavoro non è più soltanto scrivere e pubblicare l'articolo, ma comprende anche, ad esempio, la gestione dei social o la creazione di video. Senza qualità sul posto di lavoro, non ci può essere qualità nel lavoro che viene prodotto. Nessuno sul posto di lavoro ci ha insegnato a fare questa professione. Non c'è stato scambio di competenze e cultura tra grandi ed esperti giornalisti e giovani giornalisti che entravano nelle redazioni.

Alberto Puliafito: Mi capita ancora molto spesso di sentire che esiste una differenza tra la carta e il digitale. Differenza che a mio modo di vedere non esiste, ed è frutto di un madornale equivoco. Esiste il giornalismo e poi esistono canali attraverso i quali questo giornalismo viene diffuso. Molti analisti chiamano il contesto in cui viviamo: content-shock. Cosa vuol dire content-shock? Significa che in un minuto viene prodotto e pubblicato talmente tanto contenuto online che non ci basterebbe una giornata intera per consumarlo, e questa condizione è incrementale. Tende a crescere non a ridursi. E noi giornalisti e tutto il comparto della stampa, abbiamo interpretato questo dato decidendo di essere sempre più veloci e di produrre una quantità sempre maggiore di notizie e di personalizzarle. Che è il terreno dei social. Quello di cui possiamo essere assolutamente certi è che se ci preoccupiamo di inseguire Facebook sul suo terreno. Un terreno fatto di quantità, di velocità e di personalizzazione, possiamo essere abbastanza certi che quella battaglia la perderemo. Sono poco convinto della possibilità di trovare un nuovo modello di business che valga per tutti. Mi sono trovato a quaranta anni a capire che da giornalista dovevo studiare anche come si fa una start-up, dovevo studiare marketing e strategie di comunicazione, dovevo studiare gestione aziendale, e tutta una serie di altre cose che mai avrei pensato. Perché tutto sommato volevo solo fare il giornalista.

Il mio lavoro come direttore responsabile di Blog non era fare grande giornalismo, ma era stare tutta la giornata di fronte al mio monitor, con quel bellissimo strumento che si chiama Google Analytics che ti fa vedere il traffico in tempo reale, mettersi lì e cercare di portare più traffico sul sito. Portare più traffico sul sito vuol dire molto spesso fare i titoli accattivanti, forzare la notizia, cercare di dare delle interpretazioni che poi puoi giocarti sui social, così le persone cliccano, e vuol dire soprattutto dimenticarsi completamente che là fuori ci sono degli esseri umani, delle persone. La prima cosa che possiamo fare come giornalisti e ricordarci che il nostro lavoro è un lavoro al servizio di qualcuno che non è l'inserzionista. Se si chiede alle persone di quali argomenti vorreste che parlassimo questa settimana? Ci sono alcune start-up in Inghilterra, in Olanda, in Danimarca, che lo fanno; le risposte non sono: vogliamo che si parli più di gossip o di intrattenimento. Si scoprono cose interessanti ascoltando i lettori. Naturalmente per farlo hai bisogno di concentrarti sulla qualità e non sulla quantità. Mi sono trovato a cercare di capire che cosa vuol dire costruire un brand, e tutti quelli bravi che lavorano nel mondo del marketing dicono che il brand non lo decidi tu. Non sei tu editore, tu giornalista a dire: questa è la mia testata, questo è il mio brand, e questi sono i suoi valori. Tu puoi fare quella dichiarazione, dichiarare i valori, ma poi il brand è quello che decidono le persone là fuori. Credo fortemente in un modello che si chiama: membership, e non è un caso se quelli che lo adottano usano il termine membership e non il termine subscription, cioè abbonamenti. Il membro di una community è qualcosa di più importante, ed è su quello che bisogna lavorare. La nostra potrebbe essere davvero un'età dell'oro del giornalismo, perché mai come in questo momento, quando tutti possono produrre contenuti di qualunque genere, c'è bisogno di giornalisti. Sono sempre più convinto che ce ne sarà sempre più bisogno anche in futuro. Non

- **“Vorrei un Cile nel quale mi piacerebbe poter tornare”. Intervista al coreografo Pablo Tapia Leyton**

Pablo Tapia Leyton è un danzatore e coreografo, da 5 anni vive e lavora a Roma, ma in questo momento è il Cile, la sua t. [...]

- **Lei, avendo la possibilità di fare qualcosa, cosa avrebbe fatto? Intervista a Franco Perlasca**

«...con Perlasca il conto non tornava: un ex fascista era stato un eroe vero nella salvezza degli ebrei...». Sono queste le [...]

FACEBOOK

Libertà di Stampa, Diritto all'Informazione
(LSDI) | Promuovi anche tu la tua Pagina



LSDI SU TELEGRAM



PARTNER



#openfnsi

il congresso FNSI 2015

è una speranza, è una convinzione. La sfida è riuscire a trovare il modo per rendere questo giornalismo al servizio delle persone davvero sostenibile.

Marco Gamaro: *Online, soprattutto se guardiamo all'informazione giornalistica, non abbiamo nulla che somiglia a una redazione. Ci sono informazioni, ma non c'è, non si è creato un mezzo direttamente sostitutivo. Uno strumento che fa il lavoro che prima faceva un telegiornale, o un quotidiano. Questa è una cosa su cui riflettere. Quando l'informazione è disponibile così facilmente diventa una commodity e se è disponibile dappertutto il prezzo scende a zero. E comunque l'interesse decade. Non è una questione di abitudine a pagare. Semplicemente se è disponibile, le persone, quello che è disponibile lo prendono senza dubbio.*

Non esiste un business model valido per tutti e non esisterà mai, ogni impresa editoriale dovrà trovare il proprio. E' in corso una ridefinizione dell'informazione giornalistica. Questa è una cosa che nei paesi che hanno i quotidiani popolari è già stata discussa trenta quarant'anni fa e ora è stata metabolizzata. Noi abbiamo ancora questo problema. Definire il confine dell'informazione non vuol dire che tutta l'informazione è uguale. Vuol dire fare attenzione a tutto, anche a quelle cose che ci fanno tanto schifo (gossip, gattini, morbosità varie). Significa guardare cosa interessa ai nostri lettori - che dovrebbero essere al centro delle nostre riflessioni - significa tenere conto di pezzi di informazione, non l'unica forse, ma che fanno parte del loro modo (dei lettori) di essere in relazione con la società. Oggi, le organizzazioni parlano direttamente con il loro target, si direbbe nel marketing. Con i loro clienti potenziali, con i clienti lettori. E non solo le organizzazioni commerciali ma i politici, le istituzioni, le aziende, tutti. Una parte rilevante dell'informazione è fatta direttamente dalle fonti con strumenti di comunicazione diretta (disintermediata). La disintermediazione estromette gli intermediari. Che erano intermediari non solo perché selezionavano bene le notizie, perché erano esperti, ma anche perché avevano il controllo esclusivo delle tecnologie per farlo. Ci dovranno essere giornali e redazioni, perché sono le redazioni che trasformano le tante notizie disponibili in un flusso organizzato e selezionato, ed è quel lavoro lì che ci interessa. Quello che può essere pensato sono forme di sostegno a supporto di riconversione. Che aiutano le aziende a passare da quello che c'era prima a quello che ci sarà dopo e che non sappiamo cosa sarà. Quindi forme di sostegno flessibili e continuamente aggiornate e aggiornabili. Accompagnare la digitalizzazione può essere importante, può essere utile. Una riflessione sulla piattaforme andrà fatta, e individuare forme che consentano a queste piattaforme di continuare a fare le cose che hanno fatto, che hanno arricchito e dato valore ai consumatori, ma allo stesso tempo limitato le esternalità negative, quindi senza ipotetici divieti, ma costruire meccanismi - anche questi un po' da inventare - di gestione dello "strabordamento" delle piattaforme di cui comunque nei prossimi anni dovremo preoccuparci.



Gli interventi del pubblico

Paolo Perrucchini Presidente associazione stampa lombarda: Gli uffici stampa per potersi chiamare così devono avere al loro interno, nelle loro organizzazioni, giornalisti

professionali. Giornalisti quindi iscritti agli ordini. Dovrebbero essere inquadrati con contratti giornalistici, sia negli uffici privati, sia negli uffici pubblici. Poi è necessario valorizzare la qualità l'informazione, educare le persone. Allora magari anche il Governo potrebbe farsi carico di un progetto per quanto riguarda il mondo dell'istruzione e prevedere un'ora di educazione all'informazione un progetto che potrebbe essere inserito nel recupero dell'educazione civica per esempio.

Vito Crimi: lo vorrei ricordare qui in questa sede, che i famosi centodieci milioni di euro del fallimento dell'Unità sono stati pagati dallo Stato. Sapete con quei 110 milioni come risanavamo le casse dell'Inpgi e tante altre cose. I debiti fatti da un partito per un proprio giornale sono stati pagati dallo Stato questa è una cosa vergognosa.

Pierluigi Franz presidente sindacato cronisti romani: L'Inpgi è un unicum nel parco del panorama previdenziale italiano. **Lo ha detto la Cassazione in sezioni unite con sentenza 19497 del 2008.** Questo unicum molti politici l'hanno dimenticato. Perché è l'unico ente previdenziale italiano privatizzato sostitutivo dell'INPS che si accolla in gran parte il costo degli ammortizzatori sociali e totalmente i contributi figurativi sugli ammortizzatori sociali. Questa è una cosa incredibile perché lo Stato non rimborsa questi costi che hanno avuto per i giornalisti un peso enorme. Questo fatto nasce dalla legge del ministro del lavoro Rubinacci la numero 1564 del 20 dicembre 1951 tuttora in vigore. La legge prevedeva che gli editori erano tenuti a pagare la stessa percentuale di contributi che avrebbero pagato tutte le aziende all'INPS. Questa percentuale è stata sempre, fino a tre quattro anni fa, inferiore di sette otto punti e questo ha portato un miliardo di euro in meno nelle casse dell'Inpgi in 65 anni. Questi sono dati ufficiali ma non se ne parla mai. Allora poi è chiaro che i conti finiscono in una tragedia con la crisi dell'editoria di questi ultimi anni che ha portato allo svuotamento delle redazioni.

L'Inpgi paga i contributi figurativi sulla disoccupazione, sulla cassa integrazione, sulla solidarietà, sulla mobilità, sulla maternità, sul servizio militare. **Un altro aspetto importante da un punto di vista economico per la categoria riguarda l'articolo 31 dello Statuto dei lavoratori**, molte volte dimenticato. Noi abbiamo, come categoria, moltissimi rappresentanti alla Camera, al Senato, al Parlamento europeo. Tutte queste contribuzioni figurative dei parlamentari si aggiungono al vitalizio. Nei talk show televisivi non si ricorda mai, quando è stato proposto di tagliare il vitalizio, non si dice mai che comunque c'è una pensione in aggiunta al vitalizio, e che questa pensione, per quanto riguarda i giornalisti, la paga l'Inpgi e con costi altissimi. Perché molte volte sono giornalisti che hanno di partenza delle retribuzioni molto elevate. Quando un'azienda fallisce e mette in liquidazione, l'Inpgi non incassa nulla. Inoltre è tenuta a corrispondere i contributi figurativi a tutti i giornalisti di quell'azienda anche se non ha incassato un euro. Lo Stato all'INPS rimborsa tutto in questi casi, mentre all'Inpgi per identiche procedure, non arriva niente. Decine e decine di milioni di euro che non vengono mai rimborsati e finiscono poi nel divario dei conti. **Quindi è necessario un tavolo specifico sul tema presso la Presidenza del Consiglio perché di argomenti e di questioni da affrontare ce ne sono tante.**

Assunta Currà vice presidente gruppo giornalisti uffici stampa: Gli uffici stampa devono avere dei giornalisti. **Mettiamo a fuoco la legge 150 del 2000**, mettiamo a fuoco soprattutto i concorsi con cui uno accede ad un posto di ufficio stampa in una organizzazione pubblica. L'ufficio stampa deve essere sganciato, deve essere selezionato con dei criteri che valgono a livello nazionale, con dei criteri chiari e a quel punto l'ufficio stampa può davvero pensare a quello che è il suo lavoro. Negli uffici stampa bisogna che gli addetti stampa, i capo ufficio stampa, siano assolutamente sganciati dalla figura di portavoce e di pr.

Fabio Morabito giornalista: L'applicazione della legge 416 è costata un'enormità allo Stato e all'Inpgi, non si è aiutato il giornalismo e i giornalisti, è stata una sovvenzione sul costo del lavoro ai grandi editori. Io penso che sia stata dimenticata la grande rete della piccola informazione italiana, fatta di 1300 emittenti televisive locali. Una rete che ha bisogno di molto di meno per vivere. E invece sono stati finanziati in questi anni giornali fantasma. Quando si chiede allo Stato di aiutare il giornalismo non serve solo un sostegno economico. Servono leggi. **Il primo intervento normativo dovrebbe essere l'abolizione dei contratti co.co.co nel giornalismo.** L'abolizione dello sfruttamento. Aiutare le parti

sociali per combattere il precariato.

Paola Scarsi Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti: Adeguare la legge centocinquanta anche agli uffici stampa privati in modo che anche le aziende private debbano assumere per quel ruolo giornalisti regolarmente iscritti all'ordine professionale.

Enrico Campagnoli presidente della federazione italiana giornalisti pubblicisti: Marconi pochi mesi prima di morire disse al Chicago tribune una cosa che vista oggi sembra una profezia: *"sino adesso poche persone via radio trasmettono a tutti verrà un giorno in cui ogni persona trasmetterà a tutti gli altri e viceversa"*. Il giorno, quei giorni sono arrivati.

Angelo Baiguini Consiglio Nazionale dell'Ordine: L'Ordine dei Giornalisti, anche se magari si potrà chiamare con un altro nome, ha una sua funzione. Le carte deontologiche che si è dato autonomamente, sono i fondamenti della nostra professione. Perché le regole di come si scrive su un giornale, non ce le può dare il Governo, e non ce le può dare nessun altro, altrimenti si chiamerebbe censura. Noi ci siamo dati delle regole e dobbiamo essere in grado di rispettarle. E' chiaro che oggi l'Ordine così com'è non risponde più alle nostre esigenze e va riformato.

Antonello Giuseppe Bianchi pubblicista tecnico informatico: Mi sono reso conto e penso che sia ormai una nozione abbastanza diffusa, che la popolazione, le persone, i non tecnici, non erano e non sono ancora pronti per internet. La tecnologia ci sopravanza mediamente e quei pochi tecnici che sanno usarla alla fine condizionano l'uso di internet. Piattaforme come Facebook, Google e quant'altro vengono utilizzate in modo improprio perché non c'è la cultura dell'utilizzo. Con l'introduzione del 5g cambierà molto anche il modo in cui la rete verrà utilizzata. Samsung ha detto fra cinque anni nessuno utilizzerà più smartphone, perché ci saranno modi per utilizzare la rete, quindi la comunicazione, quindi la fruibilità delle tecnologie delle informazioni, completamente diversi.

Pierangelo Maurizio tg5: Google e Facebook sono i principali artefici dello svuotamento della nostra professione. Repubblica nel 1994 vendeva ottocentomila copie oggi ne vende circa centocinquanta e non è perché Repubblica sia peggio di prima. **Non c'è più bisogno di comprare i giornali. Basta che vai sul motore di ricerca.** Questo è stato lo svuotamento della nostra professione, rispetto al quale non è stato messo nessun fermo. **Alcuni signori, quattro cinque, sei soggetti, si sono arricchiti come credo poche volte o mai nella storia dell'Umanità.** Sono signori che non pagano le tasse. Vogliamo far pagare le tasse a questi signori? Ecco qui interviene lo Stato, sottosegretario Crimi, perché ormai non si torna indietro da questo processo. E non credo che la soluzione possa essere quella del Corriere della Sera che propone abbonamenti a 1 euro. Non è quella la strada. **Credo che la strada sia quella di un intervento pubblico statale regolatore: cari signori pagate le tasse. E poi bisognerà trovare un modo per ridistribuire le risorse.**

INPGI

ISTITUTO NAZIONALE DI PREVIDENZA
DEI GIORNALISTI ITALIANI
"GIOVANNI AMENDOLA"

**Lazzaro Pappagallo
segretario Stampa Romana:**

A nome del sindacato chiedo al Governo di intervenire su alcune questioni che riguardano la categoria dei giornalisti: Equo compenso. Esodati. Querele temerarie. Il Governo deve avere un ruolo di regia industriale, utilizzando i soldi che ha in campo e ha in pancia. Utilizziamoli non per distruggere lavoro, ma per creare lavoro. Per darli alle

assunzioni dei giovani, non utilizziamoli per i prepensionamenti. E' meglio avere giornalisti che si specializzano nel fare alcune cose, nel farle bene quelle cose, è necessario avere un redattore ordinario nelle aziende editoriali o un social media manager giornalista che parla ai colleghi e parla alla gente tramite social e tramite le piattaforme e tramite il sito? Il mio pubblico di riferimento lo voglio ascoltare sì o no? Come giornalista ho l'ambizione di

parlare a tutti sì o no? Cerco di creare un contenuto che parli a tutti sì o no? E se devo poterlo fare, devo essere io in quanto sovrano nella mia professione a farlo, e per poterlo fare forse la figura del giornalista indistinto generico non basta più. Servono giornalisti qualificati e altre figure professionali da inserire nella nostra categoria.

Daniela Stigliano giornalista Oggi: Io ho rifiutato come componente della Giunta della FNSI di firmare il contratto Uspi. L'ennesimo contratto che toglieva non solo soldi ma soprattutto diritti ai colleghi. Avere tre contratti è una follia. Avere un contratto che doveva nascere per l'online delle piccole aziende - quelle proprio che avevano bisogno - e che ora si sta applicando ad aziende come City news e a Fanpage, che in base agli ultimi dati pubblicati da Prima Comunicazione sono le prime due aziende editoriali italiane per total digital audience a maggio 2019. Allora noi stiamo dando a dei concorrenti dei giornali di carta, che ancora oggi garantiscono la maggior parte dell'occupazione, insieme agli altri media tradizionali. Noi gli stiamo dando uno sconto. Non va bene, non è solo uno sconto. Le retribuzioni non arrivano ai nove euro l'ora. Credo di aver dato l'idea. Ma è soprattutto un contratto, come l'Aeranti Corallo, che toglie diritti ai giornalisti.

Rita Palumbo vice presidente Ferpi: Dobbiamo mettere un punto fermo e non avere più contrapposizione tra le due professioni: giornalista e comunicatore. Professioni che proprio la digitalizzazione mette insieme e fa in modo che, fermo restando una legittima differenziazione tra le due, perché il giornalismo ha obiettivi di scopo precisi e la comunicazione ha diversi obiettivi di scopo. Mentre la prima è un bene pubblico e un diritto costituzionale, la nostra invece è una utile intermediazione di terzi di interessi privati, ma è fonte di sviluppo del nostro Paese. Con la digitalizzazione, con le nuove professioni, non possiamo dividere assolutamente queste due professioni, che invece devono camminare su strade parallele, che spesso, come se fossero dei binari delle stazioni, si intersecano. **Apriamo un tavolo permanente sulle nuove professioni. Siamo due professioni diverse ma che si devono parlare per lo sviluppo di entrambe, per la sopravvivenza di entrambe, per trovare modelli di dignità sia nella valorizzazione economica sia nella previdenza.**

Cristiana Cimmino sindaco supplente Inpgi: Se crolla l'Inpgi crolla la libertà di stampa di questo Paese. Non andiamo dicendo: ma sì passiamo all'INPS, già siamo una categoria asservita, con questo ultimo passaggio lo saremo completamente. Non è vero che i giornalisti non servono più e che il nostro pensare non serve più. Anzi il ruolo del giornalismo sarà sempre più importante. Perché in questa marea di disinformazione non controllata e gratuita noi dovremo servire da spartiacque.

Luca Streri movimento mezzopieno: Il movimento mezzopieno ha lanciato una proposta. Fare in tutte le scuole un'ora di comunicazione gentile. **Ricominciamo dai ragazzi, dai bambini, educiamoli a capire cosa stanno leggendo, in tutte le varie forme: social, giornali, radio, tv, quello che è più vicino a loro.** Educiamoli a capire e saper distinguere chi sta scrivendo per loro e chi sta scrivendo per un editore in modo prezzolato e con finalità diverse dal fare informazione. Portiamo questa cosa anche nel mondo del giornalismo. I giornalisti devono ricordarsi che stanno scrivendo per un pubblico. Gli editori devono lavorare per il proprio pubblico, per il benessere della società. La Società ha bisogno di un giornalismo che l'aiuti ad essere migliore. La nostra proposta è questa: adottare un protocollo per l'informazione positiva nazionale redatto da un gruppo di esperti nella comunicazione, nel benessere sociale, e nella società civile, che definisca le linee guida e i parametri di classificazione condivisi delle notizie positive. Per questo chiediamo al Governo di prevedere un meccanismo di equiparazione dei contributi all'editoria che incentivi l'attuazione di questo principio.

Piergiorgio Severini sindacato giornalisti delle Marche: Vorrei parlare di come sono stati impiegati i denari del fondo per il pluralismo dell'informazione, per quel che riguarda l'emittenza locale. Nel 2016 sono stati messi in campo dallo Stato qualcosa come 190 milioni di euro circa. Ecco questi 190 milioni di euro avranno generato sì e no, qualche decina di assunzioni, ed è una cosa inconcepibile. Non è possibile. Col denaro pubblico, quanto meno, bisogna intervenire su una questione sociale, che è pubblica, e che è appunto quella di garantire alle radio e alle televisioni il lavoro dei giornalisti delle redazioni, professionalmente, e soprattutto, dignitosamente pagati. Bisogna creare un percorso, una clausola di destinazione, in cui si dice che gli stipendi devono essere pagati, devono essere erogati con quei contributi. **Non permettere, che con i contributi, gli editori raddoppino il proprio fatturato e di conseguenza i loro utili di bilancio, che finiscono nelle tasche dei padroni delle aziende. E' assolutamente inutile regalare soldi**

agli editori.

Simona Fossati consigliere di amministrazione fondo complementare dei giornalisti: Noi chiediamo l'eliminazione per legge dei co.co.co.. Non esiste che ci siano migliaia di co.co.co. mono committenti, cioè che collaborano con un unico editore, con un unico giornale e con la richiesta dell'esclusiva, senza avere nessun tipo di tutela. Non sono dei semplici co.co.co. sono chiaramente degli articoli uno o due del nostro contratto nazionale di lavoro. Quindi ci vorrebbero degli incentivi da parte del Governo per incrementare e incentivare la stabilizzazione di questi co.co.co. La commissione equo compenso, su quella noi riponiamo moltissima fiducia, perché si potrà finalmente stabilire per legge diritti e doveri e compensi professionali della categoria. **Se io sono un editore e posso usufruire di un esercito di schiavi ma perché dovrei tenere dei giornalisti assunti? Non avrebbe senso.** Bisogna porre un freno a tutto questo, porre un freno allo schiavismo oggi in corso per tutti i liberi professionisti dell'informazione.

Simona Cangelosi odg lazio: Io sono una giornalista con partita IVA, lavoro in RAI e anche al Corriere della Sera. Come partita Iva non mi viene applicato il contratto giornalistico. Nel servizio pubblico ci sono duecentocinquanta, quasi 300 persone nella mia stessa condizione, che significa emettere una fattura di mille euro al mese, che viene pagata a novanta giorni. Però si deve lavorare tutti i giorni, fare più di otto ore al giorno, e non avere comunque la disoccupazione e tutti gli altri diritti: ferie, malattie, maternità. Non abbiamo un contratto giornalistico e chiediamo stabilità. Questa magari è l'occasione giusta per chiedere l'apertura di un tavolo tecnico, perché sono anni che si parla di avere una stabilizzazione però ancora non è successo nulla.



Conclusioni

Vito Crimi conclusioni: Il finanziamento all'editoria va cambiato, ho detto questo fin dall'inizio, l'avete detto tutti. Tutti avete detto che effettivamente va rivisto perché il sistema non funziona. E allora pensate che si potesse lasciare invariato e arrivare di nuovo a fine anno all'approvazione della legge di bilancio e non essendoci il tempo per discuterne prorogare la legge così com'è, come accade da anni, senza poi intervenire. E' così che funziona in Italia, ha sempre funzionato così. Noi abbiamo dato un taglio, e adesso tutti hanno fretta.

L'Inpgi è l'unica cassa previdenziale che oggi va a sostituire integralmente l'Inps in una serie di azioni. E questo ha comportato che l'Inpgi sia stata per certi versi utilizzata da alcuni editori come cassa per poter ridurre i costi del lavoro, quando semplicemente volevano fare una riorganizzazione interna. Questi sono gravi peccati. Quindi prima ancora di ragionare di salvare l'Inpgi bisognerebbe ci fosse una presa d'atto degli errori fatti da chi ha gestito l'Inpgi. Una presa d'atto dall'aver ritardato di dieci anni l'avvio del metodo contributivo, diversamente dagli altri enti, la gestione del patrimonio immobiliare, pensioni fuori scala. Ci sono alcune pensioni, non moltissime, ma talmente fuori scala che non dovrebbero nemmeno esistere. Per non parlare del fatto che i pensionati poi tornano a lavorare nei giornali e tolgono il posto a un giovane.

Le nostre suggestioni

Daniele Nalbone:

I piani editoriali, i modelli di business sono tutti incentrati sull'indicizzazione che ci dà comunque Google. Lo diciamo da tempo, e qui ci piace sottolinearlo per l'ennesima volta. ***L'idea che il mondo sia costruito ad uso e consumo di un player privato, che certamente non è interessato a riplasmare il globo terraqueo al proprio volere, (troppo***

lavoro e troppo complicato) ma a fare profitto, è così assurda da diventare terribilmente probabile, financo vera. Facciamo molta attenzione. Alla fine i signori delle Ott la faranno propria, per davvero. E allora saranno dolori.

Bisogna ripensare il ruolo del giornalista o forse meglio, come diceva, soltanto (spero si colga l'ironia) dieci anni fa, Clay Shirky:

La società non ha bisogno di giornali. Ciò di cui abbiamo bisogno è il giornalismo

Per i prossimi decenni, il giornalismo sarà costituito da casi speciali sovrapposti. Molti di questi modelli faranno affidamento sui dilettanti come ricercatori e scrittori. Molti di questi modelli si baseranno su sponsorizzazioni o sovvenzioni o donazioni invece di ricavi. Molti di questi modelli si baseranno su bambini eccitabili di 14 anni che distribuiscono i risultati. Molti di questi modelli falliranno. Nessuno esperimento sostituirà ciò che stiamo perdendo con la scomparsa delle notizie sulla carta, ma nel tempo, la raccolta di nuovi esperimenti che funzionano potrebbe darci il giornalismo di cui abbiamo bisogno.

I contributi pubblici dovrebbero essere spesi anche su progetti di ricerca e sperimentazione nel giornalismo (vedere cosa sta accadendo in Europa con i Google Dni) già, aggiungiamo noi, cosa sta succedendo? Nalbone lo dice in positivo, noi ci permettiamo di essere un tantino più scettici, visto anche le nostre specifiche analisi in proposito. L'impressione nostra, ma anche abbastanza diffusa fra gli addetti ai lavori, è che i munifici finanziamenti di Google per il giornalismo di ricerca europeo, non abbiano generato poi così tante meraviglie. I soldi sono andati dove dovevano andare. Ma di progetti rivoluzionari non se ne sente molto parlare. Eppure con 150 milioni di euro all'anno per tre anni e successivi (a quanto pare si prosegue) si salvavano e si potranno salvare in futuro, diverse Inpgi e svariate testate giornalistiche, nonché posti di lavoro nel settore. Facciamoci una domanda e chiediamo a Marzullo una risposta, magari ce la trova.

Alberto Puliafito:

Si scoprono cose interessanti ascoltando i lettori. (puliafito) anche interagendo e collaborando con essi nel rispetto degli specifici ruoli di ciascuno. Che significa anche, se qualcuno se ne fosse per caso dimenticato, tiriamo fuori dai nostri cassetti il metered paywall proposto eoni fa - se pensiamo alla velocità del nostro mondo attuale - da Jeff Jarvis. Oramai ci siamo, l'hanno capito quasi tutti. Si tratta di fare uno sforzo ulteriore. Il più grande e complesso, naturalmente. E provare a metterlo davvero in pratica. Vedrete che vi divertirete. Dateci retta.

Marco Gambaro:

Quando l'informazione è disponibile così facilmente diventa una commodity e se è disponibile dappertutto il prezzo scende a zero.

Oggi, le organizzazioni parlano direttamente con il loro target, si direbbe nel marketing. Con i loro clienti potenziali, con i clienti lettori. E non solo le organizzazioni commerciali ma i politici, le istituzioni, le aziende, tutti. La disintermediazione estromette gli intermediari. Che erano intermediari non solo perché selezionavano bene le notizie, perché erano esperti, ma anche perché avevano il controllo esclusivo delle tecnologie per farlo

Che altro dire? La maggior parte delle dichiarazioni dei giornalisti presenti in sala nel giorno della conferenza stanno lì a dimostrare senza ombra di dubbio quanto sia consistente la crisi in atto. Quanto sia profondo lo scollamento fra un ipotetico periodo dorato - mai esistito di fatto - del giornalismo del passato, ed un presente non compreso, e che potrebbe davvero essere l'epoca d'oro della nostra professione. Ma purtroppo pare esserci in tutti, poca, pochissima voglia, di metterci impegno e comprendere le ragioni ultime del cambiamento in atto, facendosi così trovare realmente "parati alla bisogna". Se poi ancora qualcuno avesse dei dubbi, si legga e rilegga fino allo sfinimento, l'intervento della collega Simona Cangelosi, che pone, a nostro avviso, tutti gli accenti nei posti giusti di ogni vicenda passata, presente e futura di qualunque professione pensiamo sia stata, debba o dovrà essere il giornalismo. Nel nostro Paese, con o senza il Pubblico, con o senza dignità, con o senza rispetto, rischiando la vita o semplicemente provando a sopravvivere.

Si è verificato un errore.

Utilizziamo i cookie per essere sicuri che tu possa avere la migliore esperienza sul nostro sito. Proseguendo nella navigazione o scorrendo la pagina, accetti la nostra cookie policy. [Leggi di più](#) OK

CIVICO20 NEWS

LA RIVISTA ON LINE DI TORINO

Reg. Stampa num.22 del Tribunale Ordinario di Torino - 11 Marzo 2011

redazione@civico20news.it

[CRONACA](#) :: [POLITICA](#) :: [ECONOMIA E FINANZA](#) [TERZA PAGINA](#) [SPORT](#) :: [MOTORI](#) [TECNOLOGIA](#) [CULTURA E SPETTACOLO](#)

[SCIENZA E MEDICINA](#) [DI TUTTO UN PO'](#) [L'UOMO, I MISTERI E L'IGNOTO](#) [VOCI E COSE DAL PIEMONTE](#)

Segui le nostre news sui Social Network!

[f](#) SEGUICI SU FACEBOOK

[t](#) SEGUICI SU TWITTER

[g+](#) SEGUICI SU GOOGLE+

[LIBRI](#) · [CINEMA](#) · [SERIE TV](#) · [LE NOSTRE INTERVISTE](#) ·

[LETTERE AL DIRETTORE](#) · [ELEZIONI](#)

Cerca nella rivista

ECONOMIA E FINANZA

[Torna alla Homepage](#)

[ISCRIVITI AI NOSTRI RSS FEED](#)


TUTTI GLI ARTICOLI DI ECONOMIA E FINANZA

Roma - CIDA: i Comunicatori scendono in campo; comunicazione e informazione non sono la stessa cosa

Comunicazione e informazione, due mondi paralleli e molto diversi. Confonderli minerebbe le basi del nostro sistema democratico, peggio ancora se per interessi corporativi



9 Novembre 09:00 2019

Rubrica di  Massimo Calleri

[Stampa solo il testo](#)

[Stampa con le immagini](#)

[Condividi l'articolo](#)

Le categorie professionali dei comunicatori, aderenti a numerose associazioni di categoria, contestano l'unificazione del proprio regime pensionistico nell'Inpgi e chiedono di essere ascoltati dalle istituzioni per evitare contraccolpi negativi alle proprie pensioni ed al bilancio dell'Inps.

I risultati dell'ultimo bilancio della gestione previdenziale dell'Istituto di Previdenza dei Giornalisti "Giovanni Amendola", si legge in una nota congiunta, confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 negativo per oltre 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi -190 milioni di euro.

La soluzione del Presidente Marina Macelloni non lascia spazio ad interpretazioni: la costante perdita di posti di lavoro

"...ci ha portato ad ottenere, nel giugno scorso, la legge che ci consentirà di ampliare la nostra platea. Dal 2023 la nostra platea di iscritti potrà essere



Pensare "lean"



ILVA, la decrescita felice è il suicidio dell'Italia

allargata ad altre figure professionali che svolgono attività affini e in molti casi sovrapposte alla nostra. Certo, il percorso va completato ma la soluzione da noi prospettata con forza e discussa nel corso di oltre un anno di incontri con i ministeri e con tutti gli interlocutori istituzionali, è diventata legge dello Stato" (fonte sito [FNIS](#)).

Una soluzione discussa con tutti tranne che con i soggetti professionali che sarebbero coinvolti in questa operazione: i comunicatori e le loro associazioni di categoria.

I comunicatori sono fermamente convinti della necessità di collaborare sul piano professionale, ma ribadiscono con grande fermezza le differenze strutturali di vocazione e di missione che distinguono gli informatori dai comunicatori.

Tutte le associazioni del mercato della comunicazione chiedono trasparenza sia sui conti dell'INPGI che sulle ipotesi legislative e sottolineano:

"La legge cui fa riferimento il presidente Macelloni (decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2019, n. 58) chiede ad INPGI (articolo 16-quinquies) tagli dei costi e riforma del sistema previdenziale quali condizioni per ipotizzare l'allargamento della base contributiva ad altre figure professionali. Tuttavia, nessuna riforma e nessun taglio dei costi sono stati nemmeno ipotizzati".

"Allo stato attuale, l'INPGI non reggerebbe nemmeno se fosse coinvolto un esercito di comunicatori. Si intende privare l'Inps di 20/30.000 contribuenti per conferirli ad una cassa privata in dissesto finanziario. Le criticità di gestione dell'Istituto - ammesse pubblicamente anche dai vertici della Cassa - non possono essere risolte, tuttavia, obbligando migliaia di soggetti a cambiare ente previdenziale, peraltro con le difficoltà che ne deriverebbero nell'uniformare le prestazioni di due enti così profondamente diversi.

E quella che oggi viene proposta come soluzione irrinunciabile per INPGI, sarebbe non solo manifestamente inefficace, ma avrebbe ricadute disastrose sull'occupazione nel mercato della comunicazione, sull'INPS e sul futuro previdenziale di centinaia di migliaia di professionisti, giornalisti compresi".

"Ecco quindi perché chiediamo di essere ascoltati dalle Istituzioni competenti e di aprire un tavolo tecnico per la gestione dei criteri economici di fattibilità di un'operazione che, per come è stata gestita fino ad ora, punta a confermare privilegi immotivati di una categoria - quella dei giornalisti/informatori - in forte crisi occupazionale".



Roma - CIDA: la tasse colpiscono welfare, auto e lavoro



Torino - Certificazioni di qualità: "Ubroker Srl" promossa a pieni voti



Fusione Fca Peugeot, confermata la trattativa

Condividi l'articolo [f](#) CONDIVIDI [t](#) TWEET [g+](#) +1

RUBRICA DI

[Torna alla homepage](#)

[Tutti gli articoli di questo autore](#)



MASSIMO CALLERI

Direttore Responsabile di CIVICO20NEWS

ALTRI ARTICOLI DELL'AUTORE



Rimini - A "Ecomondo" si parla di ambiente, sicurezza e lavoro



Bruxelles - No ad accordi che penalizzano e non garantiscono i diritti umani

COMMENTI ALL'ARTICOLO



LAVORO

8 NOVEMBRE 2019



5.016.816

Lo sapete che vogliono mettere la vostra pensione assieme ai giornalisti?

I comunicatori scendono in campo contro l'allargamento della base contributiva dell'INPGI e contro la strumentale generalizzazione: comunicazione e informazione non sono la stessa cosa.



DRAFT

0

CONDIVIDI



CONDIVIDI



TWEET

... ALTRO

Certo il titolo non è del tutto chiaro, ma riassume la situazione portata alla luce dalle associazioni di rappresentanza della comunicazione, manager e pubbliche relazioni. Grafici non pervenuti per ora, o per fortuna.

Dalla nota che ci è stata trasmessa si evidenzia come i risultati dell'ultimo bilancio della gestione previdenziale dell'Istituto di Previdenza dei Giornalisti "Giovanni Amendola", confermano un **dissesto finanziario** annunciato: assestamento al bilancio 2019 meno 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi meno 190 milioni di euro. La soluzione del Presidente Marina Macelloni non lascia spazio ad interpretazioni: la costante perdita di posti di lavoro "...ci ha portato ad ottenere, nel giugno scorso, la legge che ci consentirà di ampliare la nostra platea. **Dal 2023 la nostra platea di iscritti potrà essere allargata ad altre figure professionali che svolgono attività affini e in molti casi sovrapposte alla nostra.** Certo, il percorso va completato ma la soluzione da noi prospettata con forza e

Xerox si vuole comprare HP e pare confermato

MERCATO GRAFICO

NOVEMBRE 2019



Circolava negli ambienti finanziari da qualche giorno la notizia che...

Il Black Friday 2019 sarà il 29 novembre ed Amazon si sta preparando

DIGITAL

8 NOVEMBRE 2019



Amazon si sta preparando ai prossimi Black Friday 2019 e...

ALTRO

discussa nel corso di oltre un anno di incontri con i ministeri e con tutti gli interlocutori istituzionali, è diventata legge dello Stato”.

Una soluzione discussa con tutti tranne che con i soggetti professionali che sarebbero coinvolti in questa operazione: i comunicatori e le loro associazioni di categoria.

Non perderti...

CCNL
Grafici



Editoriali, rinnovato il fondo salute



Freelance italiani: felici di farlo, malpagati e senza welfare

I comunicatori sono fermamente convinti della necessità di collaborare sul piano professionale, ma ribadiscono con grande fermezza le differenze strutturali di vocazione e di missione che distinguono gli informatori dai comunicatori.

Tutte le associazioni del mercato della comunicazione chiedono trasparenza sia sui conti dell'INPGI che sulle ipotesi legislative e sottolineano: “La legge cui fa riferimento il presidente Macelloni (decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito, con modificazioni, nella

COMUNICAZIONE
E
INFORMAZIONE,
DUE MONDI
PARALLELI E
MOLTO
DIVERSI.
CONFONDERLI
MINEREBBE LE
BASI DEL

legge 28 giugno 2019,
n. 58) chiede ad INPGI
(articolo 16-quinquies)
tagli dei costi e riforma
del sistema
previdenziale quali
condizioni per
ipotizzare
l'allargamento della
base contributiva ad
altre figure
professionali. Tuttavia,
nessuna riforma e
nessun taglio dei costi sono stati nemmeno ipotizzati”.

NOSTRO
SISTEMA
DEMOCRATICO,
PEGGIO
ANCORA SE
PER
INTERESSI
CORPORATIVI.

“Allo stato attuale, l’INPGI non reggerebbe nemmeno se fosse coinvolto un esercito di comunicatori. Si intende privare l’Inps di 20/30.000 contribuenti per conferirli ad una cassa privata in dissesto finanziario. Le criticità di gestione dell’Istituto – ammesse pubblicamente anche dai vertici della Cassa – non possono essere risolte, tuttavia, obbligando migliaia di soggetti a cambiare ente previdenziale, peraltro con le difficoltà che ne deriverebbero nell’uniformare le prestazioni di due enti così profondamente diversi. E quella che oggi viene proposta come soluzione irrinunciabile per INPGI, sarebbe non solo manifestamente inefficace, ma avrebbe ricadute disastrose sull’occupazione nel mercato della comunicazione, sull’INPS e sul futuro previdenziale di centinaia di migliaia di professionisti, giornalisti compresi”.

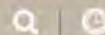
“Ecco quindi perché chiediamo di essere ascoltati dalle Istituzioni competenti e di aprire un tavolo tecnico per la gestione dei criteri economici di fattibilità di un’operazione che, per come è stata gestita fino ad ora, punta a confermare privilegi immotivati di una categoria – quella dei giornalisti/informatori – in forte crisi occupazionale”.

A firmare l’appello sono state: ASCAI, CIDA, COM&TEC, CONFASSOCIAZIONI, FERPI, IAA Italy e UNA.

Quotidiano del

LavoroIl Sole **24 ORE**

NORME & TRIBUTI

[Home](#) [Quesiti](#) [Scadenze](#) [Formazione](#)**07** Nov
2019

SEGNALIBRO | ☆

FACEBOOK | f

TWITTER | t

STAMPA | p

Per Approfondire



PREVIDENZA E ASSISTENZA

I conti sono sempre più in rosso, i comunicatori dicono no all'Inpgi

di Federica Micardi

I comunicatori non vogliono uscire dall'Inps per entrare nell'Inpgi, l'istituto nazionale di previdenza dei giornalisti italiani. I dati del bilancio consuntivo dell'istituto, scrivono in un comunicato congiunto diverse associazioni (Ascai, Cida, Com&Tec, Confassociazioni, Ferpi, Iaa, Una) «confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 meno 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi meno 190 milioni di euro». Ma non è tutto: le associazioni stigmatizzano la strumentale generalizzazione tra comunicazione e informazione.

Le cause del dissesto dell'Inpgi 1, che oggi conta 15mila attivi e 9mila pensionati, dipendono da diversi fattori, in primis il calo dei giornalisti dipendenti diminuiti di oltre 3mila unità in sei anni (nei primi sei mesi del 2019 si sono perse altre 400 posizioni); sul tavolo degli imputati ci sono anche le riforme passate ritenute non adeguatamente stringenti.

La soluzione trovata dal precedente Governo, contenuta nell'articolo 16-quinquies della legge 58/2019 di conversione del decreto crescita (Dl 34/2019) prevede di trasferire all'Inpgi dal 2023 (data che potrebbe essere anticipata) i comunicatori se l'istituto, nonostante le riforme che dovrà presentare entro il 30 giugno 2020, dimostrerà l'impossibilità di tornare in equilibrio.

E qui si pone il primo problema: chi sono e quanti sono i comunicatori. «Lo scenario, sia per l'Inpgi che per l'Inps cambia se i comunicatori sono 20mila oppure 200mila – fa notare Andrea Cornelli, vice presidente di Uma – e al momento quale sia il perimetro dei comunicatori non è chiaro ed è necessario stabilirlo. Per questo le associazioni dei comunicatori chiedono alle istituzioni che si faccia un tavolo di confronto dove vengano ripiperimetrati i ruoli e i compiti delle figure che lavorano nell'informazione e nella comunicazione».

Attualmente i segnali che arrivano dal Governo sembrano in continuità con il precedente Esecutivo; il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio con delega all'Editoria, Andrea Martella che si è detto favorevole all'idea di ampliare la platea Inpgi e, assicura il sottosegretario al Lavoro Francesca Puglisi, c'è la volontà di neutralizzare il rischio commissariamento dell'istituto previsto dal Dlgs 509/94, articolo 2, comma 2. Tecnicamente la moratoria prevista dalla legge 58/2019 è scaduta il 31 ottobre, ma l'emendamento che la proroga, escluso per inammissibilità dal decreto crisi – anticipa Puglisi – sarà ripresentato con il decreto fiscale. «Il Governo al momento è contrario al commissariamento - sostiene Puglisi - e vuole dare all'istituto il tempo di preparare una riforma».

In merito a un tavolo di confronto con i comunicatori Puglisi spiega che queste attività sono in stand by in attesa delle deleghe.

In questo scenario incerto «senza che ci sia un piano attuariale almeno ventennale i comunicatori sono impauriti e preoccupati per la loro pensione» racconta Massimo Fiaschi, segretario generale di ManagerItalia (Confcommercio); che aggiunge: «non è chiaro se la “trasfusione” di 20mila lavoratori sarà sufficiente o sarà solo un intervento tampone per rinviare un problema destinato a peggiorare». Fiaschi già sul Sole 24 Ore del 4 giugno aveva lanciato un allarme, «rimasto inascoltato».

Nessuno parla apertamente di contenzioso ma è una strada che nessuno si sente neppure di escludere.

Certo i numeri del bilancio consuntivo dell'Inpgi (di poco inferiori a quelli del bilancio di assestamento 2019 richiamati dai comunicatori) non sono confortanti: il patrimonio, oggi pari a circa 1,5 miliardi diventa negativo nel 2028; il saldo previdenziale nel 2018 è di - 147 milioni e il risultato economico è di - 161 milioni (era negativo per 100 milioni nel 2017).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Archivio News

[2019](#) [2018](#)
[2017](#) [2016](#)
[2015](#) [2014](#)
[2013](#) [2012](#)
[2011](#) [2010](#)
[2009](#) [2008](#)
[2007](#) [2006](#)
[2005](#) [2004](#)

 Notizie ed **Eventi**

Notizie - Eventi


 06/11/2019
 INPGI: i comunicatori contro...

 29/10/2019
 Tante iniziative interessanti

 News **Facebook**

Facebook

 News **Twitter**

Tweets by Ferpi2puntozero



Ferpi > News > INPGI: i comunicatori contro l'allargamento della base contributiva e la strumentale generalizzazione



#INPGI

INPGI: i comunicatori contro l'allargamento della base contributiva e la strumentale generalizzazione

06/11/2019

Redazione

"Appello alle Istituzioni delle associazioni ASCAI, CIDA, COM&TEC, CONFASSOCIAZIONI, FERPI, IAA, UNA. I comunicatori scendono in campo contro l'allargamento della base contributiva e la strumentale generalizzazione. Comunicazione e informazione sono due mondi paralleli ma molto diversi. Confonderli minerebbe le basi del nostro sistema democratico, peggio ancora se per interessi corporativi."

I risultati dell'ultimo bilancio della gestione previdenziale dell'Istituto di Previdenza dei Giornalisti "Giovanni Amendola",

confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 oltre meno 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi -190 milioni di euro. La soluzione del Presidente Marina Macelloni non lascia spazio ad interpretazioni: la costante perdita di posti di lavoro "...ci ha portato ad ottenere, nel giugno scorso, la legge che ci consentirà di ampliare la nostra platea. Dal 2023 la nostra platea di iscritti potrà essere allargata ad altre figure professionali che svolgono attività affini e in molti casi sovrapposte alla nostra. Certo, il percorso va completato ma la soluzione da noi prospettata con forza e discussa nel corso di oltre un anno di incontri con i ministeri e con tutti gli interlocutori istituzionali, è diventata legge dello Stato" (fonte sito [FNSI](#)).

Una soluzione discussa con tutti tranne che con i soggetti professionali che sarebbero coinvolti in questa operazione: i comunicatori e le loro associazioni di categoria. I comunicatori sono fermamente convinti della necessità di collaborare sul piano professionale, ma ribadiscono con grande fermezza le differenze strutturali di vocazione e di missione che distinguono gli informatori dai comunicatori.

Tutte le associazioni del mercato della comunicazione chiedono trasparenza sia sui conti dell'INPGI che sulle ipotesi legislative e sottolineano:

"La legge cui fa riferimento il presidente Macelloni (decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2019, n. 58) chiede ad INPGI (articolo 16-quinquies) tagli dei costi e riforma del sistema previdenziale quali condizioni per ipotizzare l'allargamento della base contributiva ad altre figure professionali. Tuttavia, nessuna riforma e nessun taglio dei costi sono stati nemmeno ipotizzati". "Allo stato attuale, l'INPGI non reggerebbe nemmeno se fosse coinvolto un esercito di comunicatori. Si intende privare l'Inps di 20/30.000 contribuenti per conferirli ad una cassa privata in dissesto finanziario. Le criticità di gestione dell'Istituto - ammesse pubblicamente anche dai vertici della Cassa - non possono essere risolte, tuttavia, obbligando migliaia di soggetti a cambiare ente previdenziale, peraltro con le difficoltà che ne deriverebbero nell'uniformare le prestazioni di due enti così profondamente diversi. E quella che oggi viene proposta come soluzione irrinunciabile per INPGI, sarebbe non solo manifestamente inefficace, ma avrebbe ricadute disastrose sull'occupazione nel mercato della comunicazione, sull'INPS e sul futuro previdenziale di centinaia di migliaia di professionisti, giornalisti compresi".

"Ecco quindi perché chiediamo di essere ascoltati dalle Istituzioni competenti e di aprire un tavolo tecnico per la gestione dei criteri

Eventi

economici di fattibilità di un'operazione che, per come è stata gestita fino ad ora, punta a confermare privilegi immotivati di una categoria – quella dei giornalisti/informatori – in forte crisi occupazionale”.

- **ASCAI** - Associazione per lo sviluppo della Comunicazione Aziendale
Maurizio Inceletti, presidente@ascai.it - www.ascai.it
- **CIDA** - Confederazione Italiana Dirigenti e Alte Professionalità
Mario Mantovani, mario.mantovani@cida.it- www.cida.it
- **COM&TEC** - Associazione italiana per la comunicazione tecnica
Tiziana Sicilia, tiziana.sicilia@comtec-italia.org - www.comtec-italia.org
- **CONFASSOCIAZIONI** - Confederazione Associazioni Professionali
Angelo Deiana, presidente@confassociazioni.eu - www.confassociazioni.eu
- **FERPI** - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana
Rita Palumbo, segretario.generale@ferpi.it - www.ferpi.it
- **IAA Italy**, International Advertising Association Chapter Italy
Alberto Dal Sasso, alberto.dalsasso@iaaitalychapter.it - www.iaaitalychapter.it
- **UNA** - Aziende della Comunicazione Unite
Andrea Cornelli, cornelliandrea@gmail.com- <https://unacom.it>

Sul tema:

[Salvataggio INPGI: la ferma opposizione delle associazioni della comunicazione](#)

[INPGI e Decreto Crescita: la verità sul salvataggio](#)

[Giornalisti e comunicatori, necessario lavorare insieme per ridefinire le nuove professioni](#)

[Norma-ponte per salvare l'INPGI](#)

[Contributi previdenziali dei comunicatori, ecco perché diciamo NO all'INPGI](#)

[Ferpi: ritirato l'articolo INPGI, continua il confronto sulla professione](#)

[Ferpi: preoccupazioni e criticità per la proposta INPGI](#)



Articoli **Correlati**

ATTUALITÀ

POLITICA E ISTITUZIONI

Inpgi: una soluzione che non regge

Appello alle Istituzioni delle associazioni Ascai, Cida, ComSTec, Confassociazioni, Ferpi, Iaa, Una. I comunicatori scendono in campo contro l'allargamento della base contributiva dell'Inpgi e contro la strumentale generalizzazione: comunicazione e informazione non sono la stessa cosa

 06 Nov 2019 Commenti 5 min di lettura Stampa Preferiti

di REDAZIONE

La redazione di Manageritalia

[Leggi di più](#)

L'ipotesi, contenuta in un disegno di legge, di obbligare 20mila "comunicatori" a passare dall'Inps all'Inpgi (Istituto di Previdenza dei Giornalisti) per salvarlo dalla crisi in cui versa non piace a tanti, soprattutto ai diretti interessati.

Manageritalia era intervenuta in difesa degli interessi di tanti manager potenzialmente colpiti dall'ampliamento della platea

contributiva. Comunicazione e informazione sono due mondi paralleli e molto diversi. Confonderli minerebbe le basi del nostro sistema democratico, peggio ancora se per interessi corporativi.

Pubblichiamo qui di seguito il comunicato stampa con l'appello delle associazioni Ascai, Cida, Com&Tec, Confassociazioni, Ferpi, Iaa, Una.

Roma. I risultati dell'ultimo bilancio della gestione previdenziale dell'Istituto di Previdenza dei Giornalisti "Giovanni Amendola", confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 oltre meno 169 milioni di euro; preventivo 2020 quasi -190 milioni di euro. La soluzione del Presidente Marina Macelloni non lascia spazio ad interpretazioni: la costante perdita di posti di lavoro "...ci ha portato ad ottenere, nel giugno scorso, la legge che ci consentirà di ampliare la nostra platea. Dal 2023 la nostra platea di iscritti potrà essere allargata ad altre figure professionali che svolgono attività affini e in molti casi sovrapposte alla nostra. Certo, il percorso va completato ma la soluzione da noi prospettata con forza e discussa nel corso di oltre un anno di incontri con i ministeri e con tutti gli interlocutori istituzionali, è diventata legge dello Stato" (fonte sito FNSI).

Una soluzione discussa con tutti tranne che con i soggetti professionali che sarebbero coinvolti in questa operazione: i comunicatori e le loro associazioni di categoria.

I comunicatori sono fermamente convinti della necessità di collaborare sul piano professionale, ma ribadiscono con grande fermezza le differenze strutturali di vocazione e di missione che distinguono gli informatori dai comunicatori.

Tutte le associazioni del mercato della comunicazione chiedono trasparenza sia sui conti dell'INPGI che sulle ipotesi legislative e sottolineano:

"La legge cui fa riferimento il presidente Macelloni (decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2019, n. 58) chiede ad INPGI (articolo 16-quinquies) tagli dei costi e riforma del sistema previdenziale quali condizioni per ipotizzare l'allargamento della base contributiva ad altre figure professionali. Tuttavia, nessuna

riforma e nessun taglio dei costi sono stati nemmeno ipotizzati”.

“Allo stato attuale, l'INPGI non reggerebbe nemmeno se fosse coinvolto un esercito di comunicatori. Si intende privare l'Inps di 20/30.000 contribuenti per conferirli ad una cassa privata in dissesto finanziario. Le criticità di gestione dell'Istituto – ammesse pubblicamente anche dai vertici della Cassa – non possono essere risolte, tuttavia, obbligando migliaia di soggetti a cambiare ente previdenziale, peraltro con le difficoltà che ne deriverebbero nell'uniformare le prestazioni di due enti così profondamente diversi. E quella che oggi viene proposta come soluzione irrinunciabile per INPGI, sarebbe non solo manifestamente inefficace, ma avrebbe ricadute disastrose sull'occupazione nel mercato della comunicazione, sull'INPS e sul futuro previdenziale di centinaia di migliaia di professionisti, giornalisti compresi”.

“Ecco quindi perché chiediamo di essere ascoltati dalle Istituzioni competenti e di aprire un tavolo tecnico per la gestione dei criteri economici di fattibilità di un'operazione che, per come è stata gestita fino ad ora, punta a confermare privilegi immotivati di una categoria – quella dei giornalisti/informatori – in forte crisi occupazionale”.

ASCAI, Associazione per lo sviluppo della Comunicazione Aziendale

Maurizio Incletolli, presidente@ascai.it - www.ascai.it

CIDA, Confederazione Italiana Dirigenti e Alte Professionalità

Mario Mantovani, mario.mantovani@cida.it- www.cida.it

TEC, Associazione italiana per la comunicazione tecnica

Tiziana Sicilia, tiziana.sicilia@comtec-italia.org - www.comtec-italia.org

CONFASSOCIAZIONI, Confederazione Associazioni Professionali

Angelo Deiana, presidente@confassociazioni.eu - www.confassociazioni.eu

FERPI, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

Rita Palumbo, segretario.generale@ferpi.it - www.ferpi.it

IAA Italy, International Advertising Association Chapter Italy

*Alberto Dal Sasso, alberto.dalsasso@iaaitalychapter.it -
www.iaaitalychapter.it*

UNA, Aziende della Comunicazione Unite

*Andrea Cornelli, - cornelliandrea@gmail.com -
https://unacom.it*

TAG: **INPGI** **COMUNICATORI**

▼ INSERISCI IL PRIMO COMMENTO

Please enable JavaScript to view the [comments](#)

ALTRI ARTICOLI DI ATTUALITÀ



ATTUALITÀ

Il mio migliore amico
è un robot?



ATTUALITÀ

Auto aziendali: una
misura sbagliata!



ATTUALITÀ

Un giorno in PwC



ATTUALITÀ

Congresso
Manageritalia: un
appuntamento
cruciale

Inpgi, i comunicatori alle istituzioni su allargamento platea: comunicazione e informazione due mondi diversi. Aprire tavolo tecnico

06/11/2019 | 13:13



In relazione al provvedimento inserito nel cosiddetto Decreto Crescita, convertito in legge nel luglio 2019, che prevede – nell'arco di 18 mesi – l'allargamento della platea dei contribuenti Inpgi, con l'inserimento di 17mila 'comunicatori professionisti, di imprese pubbliche e private', una serie di associazioni di categoria hanno preso posizione contro la disposizione, rivolgendosi alle istituzioni.

"I risultati dell'ultimo bilancio della gestione previdenziale dell'Istituto di Previdenza dei Giornalisti 'Giovanni Amendola', confermano un dissesto finanziario annunciato: assestamento al bilancio 2019 meno 169 milioni di euro; pro eventivo 2020 quasi meno 190 milioni di euro", si rileva nella nota, che porta la firma di Ascai, Cida, Com&Tec, Con fassociazioni, Ferpi, Iaa, Una.

"La soluzione del Presidente Marina Macelloni non lascia spazio ad interpretazioni: la costante perdita di posti di lavoro "...ci ha portato ad ottenere, nel giugno scorso, la legge che ci consentirà di ampliare la nostra platea. Dal 2023 la nostra platea di iscritti potrà essere allargata ad altre figure professionali che svolgono attività affini e in molti casi sovrapposte alla nostra. Certo, il percorso va completato ma la soluzione da noi prospettata con forza e di scussa nel corso di oltre un anno di incontri con i ministeri e con tutti gli interlocutori istituzionali, è diventata legge dello Stato" (fonte sito FNSI).

"Una soluzione discussa con tutti tranne che con i soggetti professionali che sarebbero coinvolti in questa operazione: i comunicatori e le loro associazioni di categoria", scrivono ancora i firmatari dell'appello. "I comunicatori sono fermamente convinti della necessità di collaborare sul piano professionale, ma ribadiscono con grande fermezza le **differenze strutturali di vocazione e di missione** che distinguono gli informatori dai comunicatori".



La sede del Inpgi (Foto ANSA/ANGELO CARCONI)

Tutte le associazioni del mercato della comunicazione chiedono trasparenza sia sui conti dell'Inpgi che sulle ipotesi legislative e sottolineano:

"La legge cui fa riferimento il presidente Macelloni (decreto-legge 30 aprile 2019, n. 34, convertito, con modificazioni, nella legge 28 giugno 2019, n. 58) chiede ad Inpgi (articolo 16-quinquies) tagli dei costi e riforma del sistema previdenziale quali condizioni per ipotizzare l'allargamento della base contributiva ad altre figure professionali. Tuttavia, nessuna riforma e nessun taglio dei costi sono stati nemmeno ipotizzati".

"Allo stato attuale, l'Inpgi non reggerebbe nemmeno se fosse coinvolto un esercito di comunicatori. Si intende privare l'Inps di 20/30.000 contribuenti per conferirli ad una cassa privata in dissesto finanziario. Le criticità di gestione dell'Istituto – ammesse pubblicamente anche dai vertici della Cassa – non possono essere risolte, tuttavia, obbligando migliaia di soggetti a cambiare ente previdenziale, peraltro con le difficoltà che ne deriverebbero nell'uniformare le prestazioni di due enti così profondamente diversi. E quella che oggi viene proposta come soluzione irrinunciabile per Inpgi, sarebbe non solo manifestamente inefficace, ma avrebbe ricadute disastrose sull'occupazione nel mercato della comunicazione, sull'Inps e sul futuro previdenziale di centinaia di migliaia di professionisti, giornalisti compresi".

"Ecco quindi perché chiediamo di **essere ascoltati dalle Istituzioni competenti** e di **aprire un tavolo tecnico** per la gestione dei criteri economici di fattibilità di un'operazione che, per come è stata gestita fino ad ora, punta a confermare privilegi immotivati di una categoria – quella dei giornalisti/informatori – in forte crisi occupazionale".



ARTICOLI CORRELATI



Prima pagina

Editoria, Martella su prepensionamenti, precariato, copyright, agenzie, investimenti nelle scuole, edicole, Radio Radicale e querele bavaglio



Prima pagina

Mentana, Sallusti e Travaglio sono i direttori più presenti in radio e tv. Ecco la classifica dei direttori 'prezzemolini'



Prima pagina

Milano-Cortina: a Vincenzo Novari la guida della fondazione per i Giochi 2026



Seguici su



fai una

donazione a Lsdi

Donazione



Giornalismo sul campo o meglio sul brand

Redazione | 3 Novembre 2019 |

Tag: ambiente, brand journalism, comunicazione, giornalismo, marketing digitale, native advertising



Ogni tanto, chi ci segue lo sa, oltre a chiacchierare - più o meno amabilmente - con Voi, di massimi sistemi del giornalismo e della comunicazione, proviamo anche a fare qualche incursione giornalistica in proprio. Qualche esperimento di giornalismo praticato, tanto per non perdere la mano, e provare a sperimentare sulla nostra pelle le

innovazioni "giornalistico/comunicative" di cui parliamo spesso nei nostri articoli. **Questa volta abbiamo preso spunto da un post pubblicato su linkedIn**, il social "del lavoro", da un giornalista che per motivi noti solo all'algoritmo del social medesimo, fa parte della nostra bolla. **Il giornalista in questione si chiama Marco Onorato**, e alcune settimane fa ha scritto un post su linkedIn per presentare una innovazione di prodotto da parte di una multinazionale dell'igiene personale. Il post ci è parso interessante, sia per la notizia in esso contenuta, sia per l'azione intrapresa dall'azienda e la strategia specifica di marketing che sembra esserci. Abbiamo dunque ripreso il post medesimo (**in data 14 settembre 2019**) - lo abbiamo condiviso con la nostra rete sul medesimo social, aggiungendo una richiesta di commento ad alcuni "amici", esperti di giornalismo e comunicazione. **L'esperimento giornalistico è riuscito davvero bene**. Gli esperti convocati - a loro insaputa - soltanto con un tag sul post condiviso, hanno interagito e risposto in buona parte alla nostra sollecitazione, e la condivisione del post ha portato sulla nostra bacheca numeri impressionanti - **per dirla alla Santoro - che di marketing se ne intende molto più di noi - una reach organica**, ovvero reazioni spontanee non influenzate da alcun tipo di investimento pubblicitario, davvero notevoli numericamente, considerando soprattutto l'andamento medio delle reazioni agli altri post che normalmente vengono condivisi sull'account in questione. **Una sorta di trionfo: ad oggi le visualizzazioni del post sono state 6.286, con 65 reazioni (tutte positive) e 12 commenti**. Solo come mero dato statistico vorremmo anche dire che il post originario pubblicato sulla bacheca di Onorato, più o meno nello stesso periodo, ad oggi ha ricevuto circa la metà delle visualizzazioni del nostro, e ben 133 commenti. Purtroppo non siamo in grado di dettagliare per iscritto quali professionisti siano stati "ingaggiati" dal post originario, ma Vi assicuriamo che si tratta di un target selezionato e molto diverso dal nostro. In altri termini la rete di Onorato - ovvero i suoi contatti sul social in questione - non ha quasi alcuna propaggine fra giornalisti e comunicatori, e si situa dentro le aziende fra persone che ricoprono altri ruoli, dal venditore, al banconista, all'impiegato, etc.etc. **Ci sembra un dettaglio decisamente**

BRAINSTORMING: SEGNALAZIONI

- NEWS - EVENTI - BANDI -

LAVORO

Video - Civil Society and Reconciliation: Rethinking History to Embrace Memory



Premio Mani Tese per il giornalismo investigativo e sociale

European Social Documentary - corso di formazione

Toscana: bando sostegno del lavoro giornalistico e dell'informazione locale.

Premio Morrione per il giornalismo d'inchiesta - una settimana in più per partecipare. Chiusura iscrizioni il 27 gennaio.

The New's room cerca giornalisti, videogiornalisti, fotografi e un illustratore.

Tirocinio retribuito al Comitato delle Regioni: aperte le domande per la sessione autunnale 2019

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER LSDI

L'indirizzo email è obbligatorio
Nome

Cognome

importante e su cui riflettere. Stesso post, addirittura identico post, visto che ci siamo limitati a condividerlo, ma target molto differenti. Esaminando un pochino più in dettaglio le reazioni al "nostra" post troviamo fra le persone che hanno interagito, un ricco ventaglio di professionisti in cui non solo emergono gli specialisti della comunicazione e dell'informazione:

- Venditore 286
- Giornalista 160
- Specialista sicurezza 124
- Marketing Specialist 113
- Direttore esecutivo 106
- Fondatore 100
- Specialista comunicazioni di marketing 81

Naturalmente, e non era affatto scontato a nostro avviso, i più attivi nel commentare e nel reagire al post sono stati gli specialisti della comunicazione aziendale come specificano i rilevamenti - gratuiti - di linkedIn:

318 persone che ricoprono il ruolo di Specialista delle pubbliche relazioni hanno visualizzato il tuo post. Quindi quasi 600 persone fra quelle che hanno interagito al nostro post sono impegnate in attività di giornalismo e comunicazione.

Le aziende coinvolte, ovvero le aziende da cui sono partite le reazioni al post, quindi in altre parole, i dipendenti, quadri, dirigenti e anche imprenditori, che hanno reagito e interagito con il nostro post, lavorano/operano/coordinano e gestiscono aziende, di cui non faremo i nomi, tutte di grandi dimensioni. Fra queste aziende, va segnalata, una buona interazione, da parte di una nutrita rappresentanza di dipendenti di una OTT.

Nessuno dei commenti proviene dall'azienda pubblicizzata nel post, e questo, vorremmo sottolineare, nonostante il nostro ripetuto tentativo - sempre pubblico e disintermediato - di coinvolgere dirigenti, quadri e operatori della comunicazione della medesima società, nell'azione di commento al post. La localizzazione della provenienza geografica dei commenti è un altro dato importante e sul quale vorremmo porre l'accento:

1.096 persone di Milano, hanno visualizzato il tuo post

- Roma, Italia 612
- Torino, Italia 148
- Bologna, Italia 70
- Padova, Italia 70
- Vicenza, Italia 70
- Napoli, Italia 60
- Firenze, Italia 57
- Treviso, Italia 56

Andiamo dunque dentro la "notizia" per esaminarla più da vicino e per provare a ragionare insieme sui commenti che ha suscitato il nostro post condiviso:

*Colgate si prepara a lanciare anche in Europa i suoi spazzolini in Bambù, con manico 100% biodegradabile. Le aziende Multinazionali hanno finalmente capito che non basta cambiare colore al proprio packaging o inserire qualche slogan eco-friendly, ma che c'è bisogno di un vero cambiamento di prodotto, che possa modificare le abitudini delle persone. Nonostante non basti a ribaltare la situazione ambientale attuale, questa iniziativa fa ben sperare, e, se unita a quella di altre aziende, può creare veramente un grande cambio di direzione. Quindi, brava Colgate!
Cosa ne pensate, conoscete qualche altra attività di questo tipo, fatemelo sapere nei commenti?*

Questa dunque la notizia, che ha originato sul post primigenio, come abbiamo avuto già modo di sottolineare, oltre 133 commenti e poco più di 3000 reazioni. Si tratta di commenti "tecnici", espressi da tecnici per la maggior parte e non da comunicatori o giornalisti, e che vanno ad indagare e a esprimere contenuti sulla scelta della multinazionale americana di entrare sul mercato con un prodotto che in qualche modo salvaguarderebbe l'ambiente. **In questi tempi di emergenza planetaria ambientale, così**

Email

Procedi



The player is loading ...

RUBRICA DIGITSEGNALI

- **#digit19 Pin Polo Universitario di Prato 14 e 15 marzo 2019**
Si chiama "In attesa di diventare dei" la nuova edizione di digit il festival nazionale dedicato al giornalismo e alla comunicazione digitale che si svolgerà a Prato dentro al PIN il Polo Universitario pratese il 14 e 15 marzo prossimi. Nei 10 diver [...]
- **I video di #digitTorino**
The post I video di #digitTorino appeared first on Digit. [...]
- **Gli atti di #digitTorino 2018**
Pubblichiamo il materiale utilizzato dai relatori durante #digitTorino Marco Renzi 001 media literacy from Marco Renzi Michele Mezza Michele Mezza Digit Torino 2018 from Vittorio Pasteris Piero Dominici Pier Dominici Digit Torino 2018 from Vittorio P [...]

LA CONVERSAZIONE SU TWITTER

Tweets about "@lsdi OR #lsdi"
Segui @lsdi

NOTIZIE DA ARTICOLO 21

ben raccontati, dalla protesta dell'attivista "bambina" Greta Thumberg, indubbiamente un argomento al centro del dibattito globale, e quindi molto sentito. Commenti che, tanto per chiarire, sono a nostro avviso ben sintetizzati, in questi tre estratti:

Dovrebbero usare la canapa. Pronta in 3 mesi e non ha nulla da invidiare al bambù in quanto a resistenza e durata! Inoltre riaprirebbero un'economia già testata in passato che potrebbe ridare lavoro ai campi abbandonati dai contadini emigrati verso le città.

Ciao! Tra i loro prodotti propongono anche un cappuccio igienizzante per chi preferisce lo spazzolino tradizionale. Per il momento sul mercato viene utilizzato una custodia solitamente trasparente e protettiva. Il problema delle setole tradizionali è normalmente mantenerle pulite

Siete sulla strada giusta il fatto è che uno spazzolino con il manico in bambù e le setole in fibra vegetale per ragioni "meccaniche" dura molto meno meno di uno interamente sintetico ... per ragioni "sanitarie" ancora meno i costi industriali al contrario possono diminuire ... oggi i polimeri non te li regala nessuno .. la strada è vicina all'usa e getta ... e via ... venduto in confezioni da 7

La nostra intenzione era invece quella di capire, sul nostro target di giornalisti e comunicatori, se questo tipo di approccio comunicativo "ambiental & friendly" (chiediamo perdono per il macherónico, per altro voluto), fosse adeguato alla comunicazione aziendale e fosse soprattutto in linea con il nuovo modo di comunicare "imposto"



dalla rivoluzione digitale con l'arrivo massiccio degli strumenti di comunicazione online anche nelle aziende. La nuova comunicazione che ha spostato l'approccio aziendale dalla "semplice" pubblicità, alla necessità, sempre più impellente, di intercettare le espressioni one-to-one, dei singoli utenti, imposte dai social.

Ecco cosa ci hanno detto gli esperti che hanno risposto alla nostra call:

Daniele Chieffi head of digital communication and factory of Agi: Che le aziende oggi si trovino nella condizione di costruirsi una reputazione, basata non solo su auto proclami o su messaggi promozionali ma su atti, scelte, azioni o anche inazioni precise ed esposte è un dato acquisito. Che queste scelte non siano efficaci di per sé ma lo diventino solo se gli stakeholders le percepiscano come opportune, efficaci e, soprattutto, genuine e sincere (non figlie di un marketing opportunista), anche questo è un dato consolidato. Venendo al caso che proponi, non concordo assolutamente con l'affermazione che le "aziende cambino le abitudini della persone". Devono contribuire a cambiarle ed è ciò che si chiede ad esse. quindi impegno e fatti concreti. Sulla scelta di Colgate, sì, è un segnale ma privo di valore se non inserito in una più ampia strategia reputazionale. Premetto che non conosco le strategie di comunicazione di Colgate e quindi parlo "al buio". In sintesi quindi: se la Colgate si è impegnata ovunque e comunque, in maniera coerente e proattiva, nel rispetto dell'ambiente e nell'economia circolare allora lo spazzolino di bambù è un ottimo segnale.

- **Addio ad Alberto Sed, sopravvissuto ad Auschwitz**
E' scomparso Alberto Sed, sopravvissuto al campo di sterminio di Auschwitz-Birkenau. Alberto dopo essere stato catturato [...]
- **"Il calcolo disuguale". Oggi alla Camera dei deputati**
Lunedì 4 novembre alle ore 11.30 si svolgerà la presentazione, presso la sala stampa della Camera dei deputati, del doss [...]

FACEBOOK

Libertà di Stampa, Diritto all'Informazione (LSDI) | Promuovi anche tu la tua Pagina



LSDI SU TELEGRAM



PARTNER



#openfnsi

il congresso FNSI 2015

Lelio Simi giornalista DataMediaHub: Sono molto d'accordo con quanto è stato scritto nei precedenti interventi in particolare da **Daniele**, quindi aggiungo solo che in generale **quando si parla di etica, se lo si fa seriamente, bisogna sempre legarla a un altro concetto, quello di trasparenza su quello che sono le politiche e le strategie di un'azienda**, - il vero opposto di "etica" per come la vedo io è "opaco" -. **Se si vuole costruire nuovi rapporti con le persone bisogna essere capaci di andare oltre le singole azioni - pure pregevolissime - e prendersi con le persone impegni seri, concreti e misurabili:** ad esempio su tema ambientale dire **"ridurremo le emissioni di CO2 e la produzioni di rifiuti del 40% entro i prossimi X anni"** e ovviamente rendicontare questo processo. Se poi anche nel pubblicizzare una singola azione mi viene detto, ad esempio, quanta CO2 hai ridotto negli ultimi tre anni dai tuoi processi produttivi (sono solo due numeri alla fine) non sarebbe male. Parlo in generale non conoscendo la strategia di Colgate.

Pietro Gentile editor in chief Plus Magazine (La voce dei bancari): Ovviamente ottima iniziativa, i tempi sono maturi e le aziende nei prossimi anni si rincorreranno rapidamente su questi temi. Chi non sarà rapido rischierà di rimaner tagliato fuori, vedi industria automotive...

Barbara Sgarzi giornalista, esperta in comunicazione digitale, docente, sommelier: Hanno fiutato il vento giusto: oggi non si comprano più dei prodotti alla cieca, si sposano i valori aziendali. Si compra (o non si compra) tutto: prodotto, brand e valori. Vedi il caso Diesel/Pride

Gianluca Schinaia enterprenurial journalist ceo e founder at Fps media: In linea di massima sono d'accordo con quanto scritto da **Daniele Chieffi**, aggiungendo che oggi l'opportunismo prima o poi diventa oggetto di un post di un hater (o di un troll di un competitor). Per cui **per un'azienda saper gestire la propria comunicazione dipende dalla veridicità di ciò che si trasmette: oggi i bluff si scoprono facilmente. Ed è inutile - ad esempio - produrre spazzolini in bambù se poi la plastica della confezione del dentifricio rimane pura plastica di pessimo livello, quindi difficilmente riciclabile** (quale è ad esempio la plastica del tubetto della suddetta casa americana che anch'io ho in bagno). Non si gioca più con le convinzioni dei consumatori: i prodotti sono così succedanei, che è un attimo crollare nella considerazione degli acquirenti. Di riflesso, basta un po' di coscienza in più (dimostrata da fatti reali) per guadagnare posizioni di mercato (vedi Ikea, Patagonia, Alce Nero...)



Questi i commenti di alcuni degli esperti da noi convocati live attraverso la taggatura sul post condiviso, senza alcun'altra sollecitazione, a cui ci piace aggiungere i commenti spontanei di altri "esperti" che

hanno pensato bene - e che ringraziamo per averlo fatto - di interagire con la nostra sollecitazione, passando di lì più o meno per caso, o meglio passando di lì, per effetto degli incroci "magici" disposti, predisposti e/o provocati, dall'algoritmo del social che abbiamo utilizzato per il nostro esperimento di giornalismo: linkedIn.

Francesco Marella Head of environment safety & health of Mitsubishi electric hydronics: Può rappresentare l'inizio di un percorso. Essere sostenibili non significa solo fare prodotti ecologici, magari riservati ad una

nicchia di mercato. Ma rivedere il business in ottica di emettere meno CO2 e rifiuti, con prodotti equivalenti a quelli tradizionali.

Maria Grazia Gnoni Associate professor University of Salento: Ma è stato studiato - anche di massima - il livello di sostenibilità ambientale e sociale della nuova soluzione? Perché se è meno impattante della precedente, ok non si fa green washing, ma se non lo è...

Inutile dire che il commento finale, almeno per quello che riguarda i risultati del nostro particolare piccolo esperimento di giornalismo praticato, della professoressa Gnoni, solletica, e davvero molto, proprio la nostra parte più giornalistica, e sollecita, invoca, anzi grida forte una immediata e "purtroppo", mai arrivata, risposta aziendale. Una risposta che noi abbiamo chiesto in diretta all'azienda, convocando, sempre attraverso la "taggatura" sul post condiviso, i vertici italiani della multinazionale. Non c'è stata reazione. Ma non per questo imputiamo, naturalmente, alcuna colpa all'azienda e ai comunicatori della stessa. Il fatto di non aver "visto" la nostra estemporanea convocazione, può e anzi sarà sicuramente stato un "incidente" tecnico. Ma anche se fosse stata una decisione strategica, quella di non entrare nel merito della questione, la scelta aziendale non ci riguarderebbe in alcun modo. Anche se da giornalisti, permettereci di aggiungere, sarebbe comunque una notizia. Qualunque decisione o non decisione sia stata presa nel merito non era questo l'ambito nel quale volevamo indagare. Siamo soddisfatti. Ci sembra di aver realizzato, nel nostro piccolo, quella sperimentazione che ci eravamo prefissi di fare.

In epoca di revisione della professione giornalistica, di apertura più o meno forzata da parte della categoria a nuove figure professionali. Nel bel mezzo della crisi strutturale dell'ente previdenziale dei giornalisti: Inpgi, e della pesantissima forzatura, appoggiata anche dal nuovo sotto-segretario all'editoria Martella, dell'entrata dei comunicatori Ferpi, attualmente Inps, in Inpgi. L'aver scandagliato praticamente e per l'ennesima volta, quanto siano facilmente contaminabili i due ambienti: giornalismo e comunicazione, ci basta e avanza. Soprattutto dopo aver partecipato ad un corso realizzato da un Ordine dei giornalisti regionale, sull'autoimprenditorialità giornalistica - **termine e procedura che solo 3 o 4 anni fa avrebbe fatto gridare allo scandalo all'unisono, o quasi, tutte le istituzioni della categoria e buona parte dei suoi iscritti** - ed aver registrato l'apertura, questa volta, totale da parte delle istituzioni e di molta parte degli iscritti al corso, **verso posizioni di frontiera professionale: come la comunicazione aziendale fatta da giornalisti.** Posizioni da noi auspiccate e prospettate in più di un'occasione su queste colonne e dentro ai nostri appuntamenti pubblici durante il festival Digit. Tutti contenti dunque? Beh insomma, forse non proprio, non esattamente, ma ne parleremo ancora, non dubitate ;)

 Print  PDF

Leggi anche:

Social politica e dintorni: la comunicazione digitale Nella terza parte del nostro dossier sulla politica e la comunicazione ai tempi dei social abbiamo provato ad aggiungere una serie di notizie di pubblica utilità sulle figure professionali [...]

I relatori di #digits 17 - Andrea Boscaro Direttamente dalla prossima edizione di digit, che come ricorderete è fissata per il prossimo 28 ottobre al PIN, polo universitario pratese, di Prato, arriva sulle nostre colonne [...]

Archiviati: Il native advertising Inizia oggi una nuova rubrica sul nostro sito. L'abbiamo chiamata << archiviati >> e sarà composta da pezzi realizzati utilizzando spunti e ricordi estratti dal nostro [...]

L' HuffPost crea una sua redazione per il native advertising Gli editori vanno pazzi per il native advertising, ma non hanno ancora capito chi dovrà realizzarla. Vice e Gawker ci stanno provando e hanno cominciato a costruire [...]

Expo e giornalismo Il problema della commistione tra informazione e pubblicità è una delle cause più gravi della scarsa credibilità del giornalismo italiano. Occorrerebbe incentivare l'editoria, o almeno [...]