

A CURA DI



DAL 3 AL 20 APRILE  
SEI UN FREELANCE? PARTECIPA AL SONDAGGIO!

# INSIEME CONTIAMO

CONTIAMOCI INSIEME



CON IL SUPPORTO DI



**Risultati sondaggio non statistico  
condotto da Acta-Slow News dal 3 al 20 aprile 2020**

## Istruzioni per l'uso

Prima di raccontare cosa sia emerso dal piccolo ma approfondito sondaggio condotto da Acta e Slow News, è bene precisare cosa non sia questo studio: non è un'indagine statistica, nel senso che i risultati non possono essere considerati come espressione di ciò che accade ai precari del giornalismo e della comunicazione in Italia. Le espressioni “giornalisti” e “comunicatori” riportate in questo report sono quindi sempre riferite solo al numero di partecipanti al sondaggio e non possono in nessun modo essere rappresentativi di un universo nazionale.

Eppure, questi stessi risultati, e in particolare le risposte aperte date dagli intervistati, offrono un utilissimo spaccato dei paradossi e delle difficoltà che caratterizzano il mestiere e la vita quotidiana di una categoria con un alto livello di studio e preparazione costretta però a lavorare sottopagata e sotto tutelata.

Basti pensare che su oltre 40 mila iscritti alla previdenza giornalistica - la cassa INPGI - nel 2017-2018, solo poco più di 15 mila profili erano inquadrati come lavoratori con contratto a tempo indeterminato e quindi assunti all'interno di realtà editoriali, giornali, testate, radio, tv ([qui i dati più aggiornati, fonte INPGI](#)). Ciò significa che oggi il precariato e l'attività freelance non sono eccezione, ma regola, e che è molto difficile individuare con certezza il vero numero di persone che lavorano nel settore.

Lo stesso può dirsi per l'attività di comunicazione, un universo in cui - secondo i dati dell'Agenda del Giornalista 2019 - gravitano oltre 10 mila professionisti ufficialmente menzionati nell'indirizzario che però non tiene conto della miriade di social media manager freelance e di attori che oggi erogano servizi essenziali legati alla comunicazione e al marketing ad aziende, privati, enti pubblici.

### **Caratteristiche del sondaggio Uniti contiamo, contiamoci insieme**

Il sondaggio è stato rivolto a giornalisti e comunicatori italiani tramite questionario anonimo e online attivo dal 3 al 20 aprile 2020, e suddiviso in due filoni: un sondaggio rivolto a giornalisti o comunque collaboratori di realtà giornalistiche, tanto redattori quanto fotografi, illustratori o consulenti; un sondaggio rivolto invece a chi lavora principalmente all'interno o come ufficio stampa, addetto/a stampa, social media manager e consulente in comunicazione e marketing.

Sono state raccolte in tutto 609 risposte, 408 per il sondaggio giornalisti e 201 per il sondaggio comunicatori. Le domande sono state concepite per far emergere i veri compensi percepiti, le modalità di ingaggio e l'inquadramento contrattuale, le condizioni di lavoro delle partite Iva e dei lavoratori freelance del settore, lo stato dell'arte della previdenza e della copertura pensionistica e altri aspetti legati alle condizioni di impiego. L'obiettivo era ottenere una fotografia il più possibile fedele e realistica, ricostruita anche grazie al contributo di chi lavora senza tutele, senza inquadramenti contrattuali "forti". Persino in nero - come emerso in alcune risposte.

### **Le principali evidenze: i professionisti dell'informazione e della comunicazione rispondenti sono giovani istruiti e donna.**

Su 609 rispondenti al sondaggio, il 44% ha 30 anni mentre solo il 14% ha dai 50 anni in su e la maggioranza è donna.

I livelli di istruzione sono elevati: i due terzi dei rispondenti ha una laurea magistrale, di questi il 29% ha anche un titolo post-universitario, in genere si tratta di un corso post laurea per giornalisti, mentre quasi il 20% ha frequentato o sta frequentando corsi per giornalisti riconosciuti dall'ordine.

**Per quanto riguarda i giornalisti** solo poco più della metà degli intervistati (52,7%) svolge esclusivamente la professione di giornalista visto che il 41,2 svolge anche altre attività. I motivi principali che spingono ad una seconda attività sono la necessità economica, la diversificazione del rischio e la ricerca di varietà. Inoltre, il 44% dei giornalisti dedica a questo lavoro 8 ore o più al giorno.

A questo impegno però non corrisponde un adeguato compenso. Il 66% dei giornalisti viene pagato solo se il servizio/pezzo o prodotto editoriale - es. vignetta o foto - è effettivamente pubblicata.

Il 42% degli intervistati (giornalisti) riceve meno di 5.000 euro annue, ed è un compenso lordo. In generale, il 68,1% degli intervistati porta a casa meno di 10 mila euro lorde all'anno.

Al sondaggio hanno risposto quasi solo i freelance (tra i giornalisti, i dipendenti che hanno partecipato sono una piccola quota, il 5,6%). E il dato che conferma i trend di precarizzazione del lavoro riguarda proprio il tipo di contratti o la tipologia delle collaborazioni. Tra i giornalisti, i non dipendenti in maggioranza hanno una partita iva (oltre il 40%), ma è davvero elevata la percentuale dei giornalisti che lavorano con modalità "intermittenti": oltre il 35% viene pagato con collaborazioni occasionali e diritto d'autore. Inoltre il 29% degli intervistati dichiara di lavorare per 1 sola testata o committente o il 28% con due.

**Per quanto invece riguarda i comunicatori**, coloro che hanno risposto al questionario sono raramente specializzati in una sola attività o strumento di comunicazione (solo 8% ha una sola mansione), nella grande generalità dei casi sono impegnati in più mansioni in contemporanea, nella media in quattro mansioni, il 25% ne svolge più di 5.

L'attività più diffusa, svolta dall'80% degli intervistati è quella di **social media e content management**, seguono la revisione di articoli e materiale comunicativo e la redazione comunicati stampa. Importanti anche la attività di marketing, pubbliche relazioni e organizzazione eventi. Il 31% dedica almeno 8 ore al giorno alle proprie attività, e un nutrito 27% supera quella soglia oraria.

Il 55% riceve un compenso fisso mensile, il 35% viene pagato in base alle ore di lavoro svolte o all'impegno effettivamente impiegato e il restante 10% al raggiungimento degli obiettivi. Come accade anche per i giornalisti, anche tra i comunicatori il compenso fisso è più frequente tra chi ha solo un cliente (dove è la modalità usata per i  $\frac{3}{4}$ ), ma è rilevante anche per chi ha più clienti (63% per chi ha 2 clienti, 45% per chi ne ha 3).

A differenza dei giornalisti, chi lavora nella comunicazione solo nel 32, 8% dei casi guadagna meno di 10 mila euro lordi all'anno, mentre circa il 25% riesce ad assestarsi tra i 10 mila e i 20 mila euro.

Per entrambe le categorie, il dato più preoccupante riguarda la previdenza e il futuro pensionistico. I due terzi dei giornalisti intervistati afferiscono all'INPGI, la loro cassa di riferimento, in gran parte (60%) alla gestione separata dell'INPGI. In particolare sono iscritti

all'INPGI il 93,7% dei giornalisti professionisti e il 72,2% dei pubblicisti che hanno partecipato al sondaggio. L'INPS raccoglie invece il 14%, per lo più anche qui gestione separata.

Per i comunicatori la cassa principale invece è l'INPS, specie la Gestione Separata.

In entrambi i gruppi, però, è elevata la percentuale di chi non ha alcuna cassa di riferimento in cui versare contributi: 14% dei comunicatori e 17,2% dei giornalisti (tra questi ultimi il 67% di chi non è iscritto all'albo giornalisti e il 12,9% dei pubblicisti). Inoltre gli intervistati non hanno le idee molto chiare sulla loro situazione previdenziale: tralasciando chi non ha una cassa previdenziale, il 30% non sa dire quanti contributi abbia versato fino a oggi. Un elemento grave, se pensiamo che la maggior parte dei rispondenti ha 10 o più anni d'esperienza lavorativa alle spalle.

Circa la metà di chi ha una cassa (44,8% dei giornalisti e 50% dei comunicatori) , ha versato l'intero anno di contribuzione, percentuale che è più elevata per chi afferisce alle gestioni ordinarie (INPS e INPGI).

In conclusione ci sono alcuni elementi che emergono con forza dai risultati:

1. Degli intervistati, tra i giornalisti meno di 1/4 lavora in redazione o in un coworking ma solo il 5% non lavora mai da casa, per contro i 3/4 dei rispondenti non lavorano mai in redazione. Tra i comunicatori è più frequente il lavoro presso i clienti (il 56% vi lavora almeno un giorno la settimana) e anche il lavoro dai coworking (utilizzati dal 21%);
2. Nonostante la richiesta di professionisti della comunicazione e dell'informazione da parte del mercato e nonostante l'aumento del carico di lavoro proprio nel periodo dell'emergenza Covid-19, i rispondenti segnalano un calo ulteriore dei compensi - già bassi - e un allungamento dei tempi di pagamento;
3. Nell'attività giornalistica "classica" ormai i collaboratori non possono più svolgere la professione in modo esclusivo, ma svolgono attività di comunicazione collaterale - ad esempio come social media manager - per sostenersi.

### **Media partner**

Questa indagine, ideata e scritta da Anna Soru di Acta e da Barbara D'Amico di Slow News, conta sul supporto di IRPI e Fior di Risorse-Senza Filtro.

Chi siamo:

[Slow News](#) è il primo progetto italiano di slow journalism e si fonda sulla costruzione di una comunità di lettrici e di lettori e su una filosofia dell'informazione che punta a offrire ai suoi membri una informazione di qualità, che racconti dinamiche che riguardano tutti noi e unisca i puntini della realtà per fornire a chi legge il contesto e le soluzioni. È un progetto libero dalla pubblicità e dalla schiavitù dell'istantismo, che si prende il tempo di produrre informazione insieme alle sue lettrici e ai suoi lettori, che pubblica le storie quando sono pronte e il cui costo viene deciso dai lettori.

[ACTA](#) è la prima associazione nata in Italia (2004) per dare una voce e un volto ai freelance, di tutte le attività professionali. Si occupa delle grandi questioni del Welfare, del Fisco e dei Diritti . Più in generale è interessata a trovare nuove modalità per sostenere il lavoro professionale in una situazione di mercato sempre più difficile, che fatica a riconoscere le competenze, a valorizzare conoscenze e professionalità, a tutelare creatività e innovazione, e per supportare la creazione di reti e di aggregazioni tra professionisti che ne favoriscano il rafforzamento competitivo.

## Sommario

<b>GIORNALISTI E COMUNICATORI .....</b>	<b>2</b>
Caratteristiche dei partecipanti .....	2
Caratteristiche professionali.....	7
Organizzazione del lavoro e clienti.....	13
Giornalisti - Rapporto con le redazioni .....	18
Mansioni .....	19
Giornalisti .....	19
Comunicatori .....	21
Compensi e pagamenti.....	22
Le tipologie di contratto .....	28
La previdenza.....	29
Elementi di sintesi e conclusioni .....	32

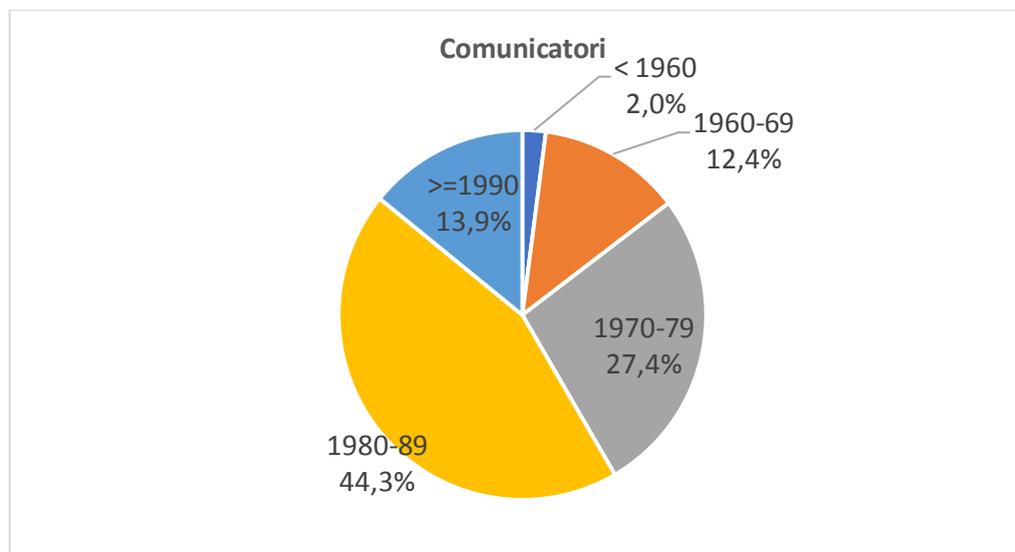
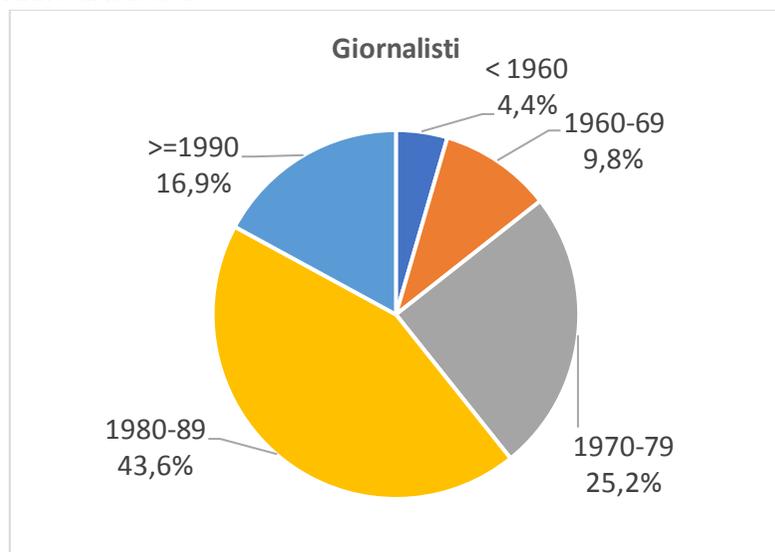
## GIORNALISTI E COMUNICATORI

Sono state raccolte 408 risposte valide di giornalisti e 201 di professionisti della comunicazione. Chi svolge entrambe le attività di giornalista e comunicatore potrebbe aver compilato entrambi i questionari (*ma pochissimi tra i rispondenti hanno compilato entrambi i questionari: chi è anche giornalista ha compilato solo il questionario giornalisti, infatti i comunicatori che hanno risposto, raramente hanno indicato di svolgere anche la professione del giornalista*).

### Caratteristiche dei partecipanti

Hanno risposto soprattutto i giovani. Al primo posto i trentenni (44%), seguiti dai quarantenni, al terzo posto i nati negli anni '90. Tra i comunicatori sono un po' più numerosi i quarantenni, tra i giornalisti i nati negli anni '90. In entrambi i gruppi, solo il 14% ha dai 50 anni in su.

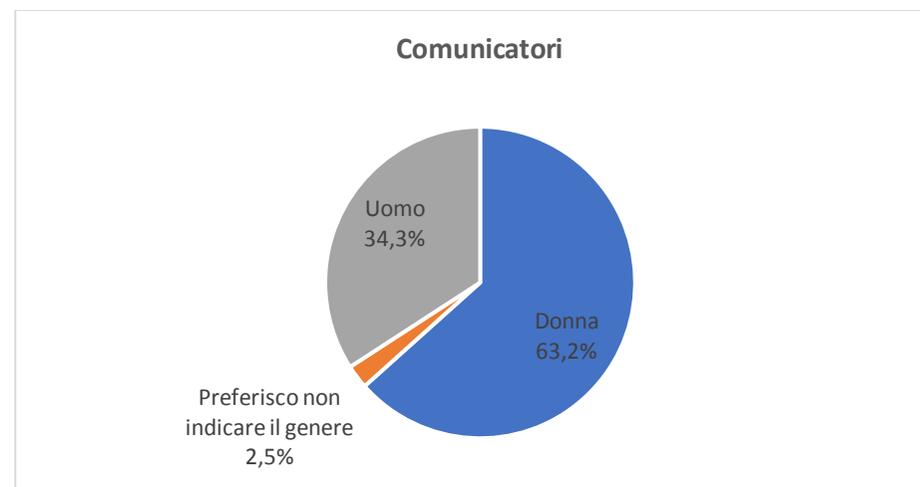
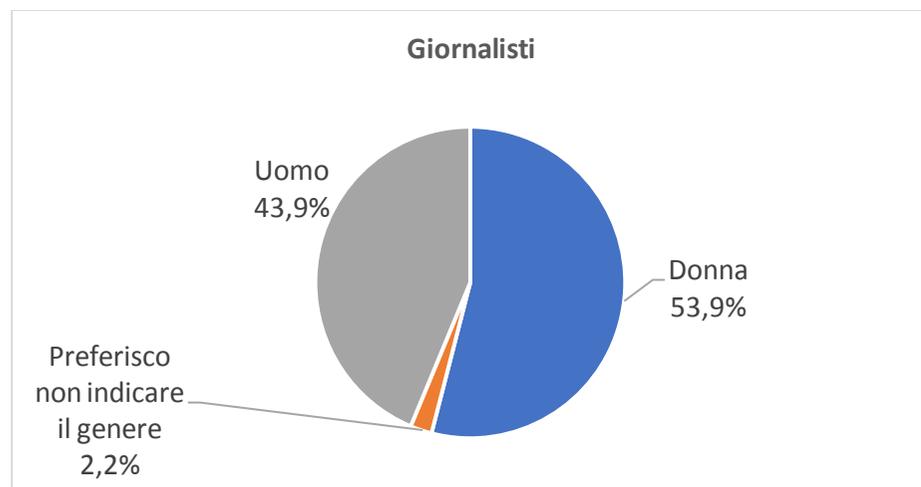
#### Anno di nascita



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

La presenza femminile, sempre maggioritaria, è più rilevante tra i comunicatori.

## Genere

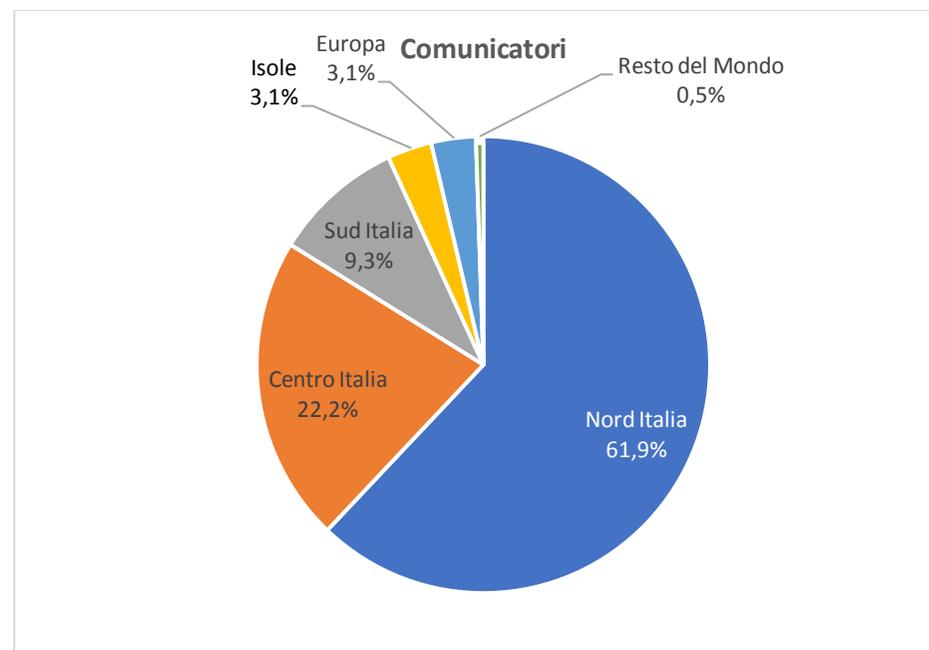
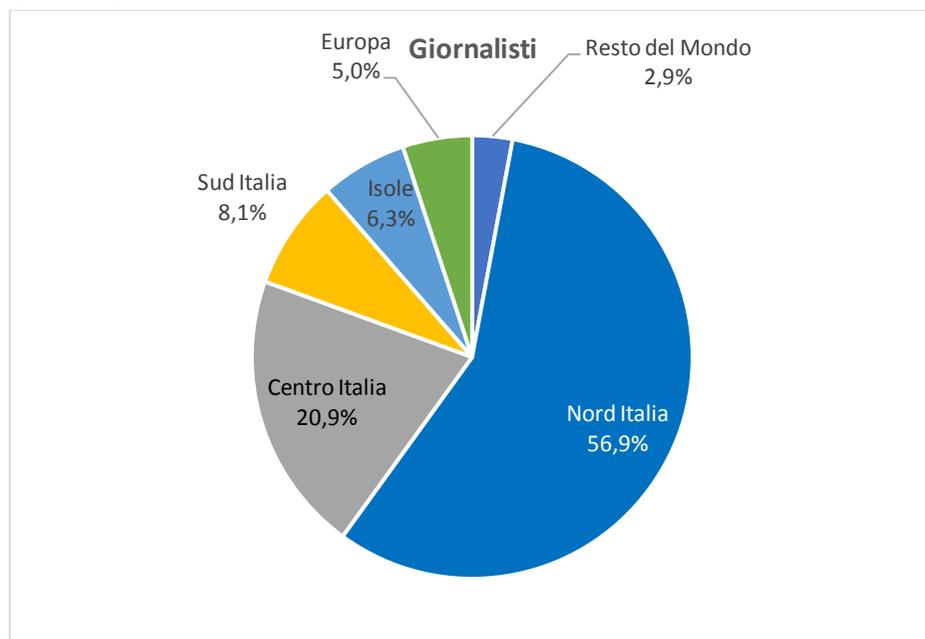


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

I rispondenti lavorano principalmente nel Nord Italia (56,9% i giornalisti e 61,9 i comunicatori), segue il Centro Italia con il 21-22%. Sud e Isole rappresentano il 12-14%. All'estero i giornalisti sono il 7,9%, i comunicatori solo il 3,6%.

All'estero, entro i rispondenti, sono relativamente più presenti coloro che sono nati negli anni '70 e '80 e sono in maggioranza uomini.

### Area di lavoro

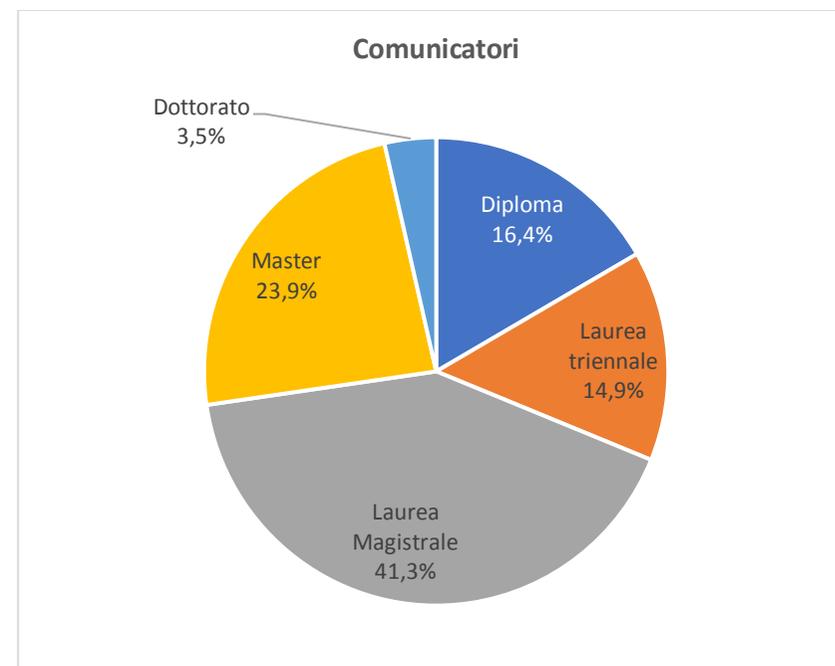
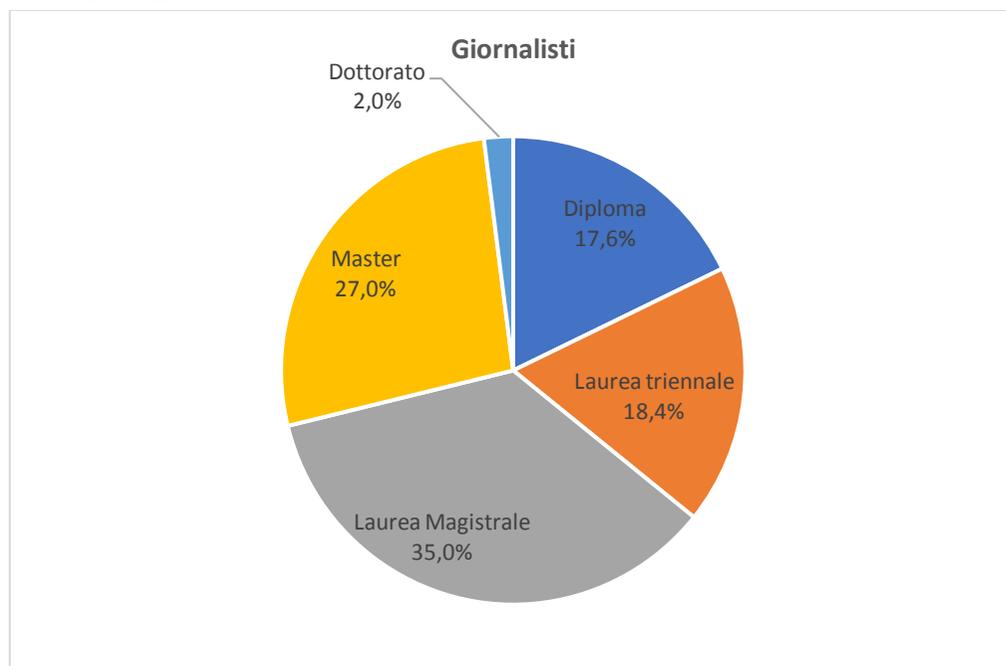


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

I livelli di istruzione sono elevati: i 2/3 hanno una laurea magistrale, di questi il 29% ha anche un titolo post-universitario, in genere si tratta di un corso post laurea per giornalisti.

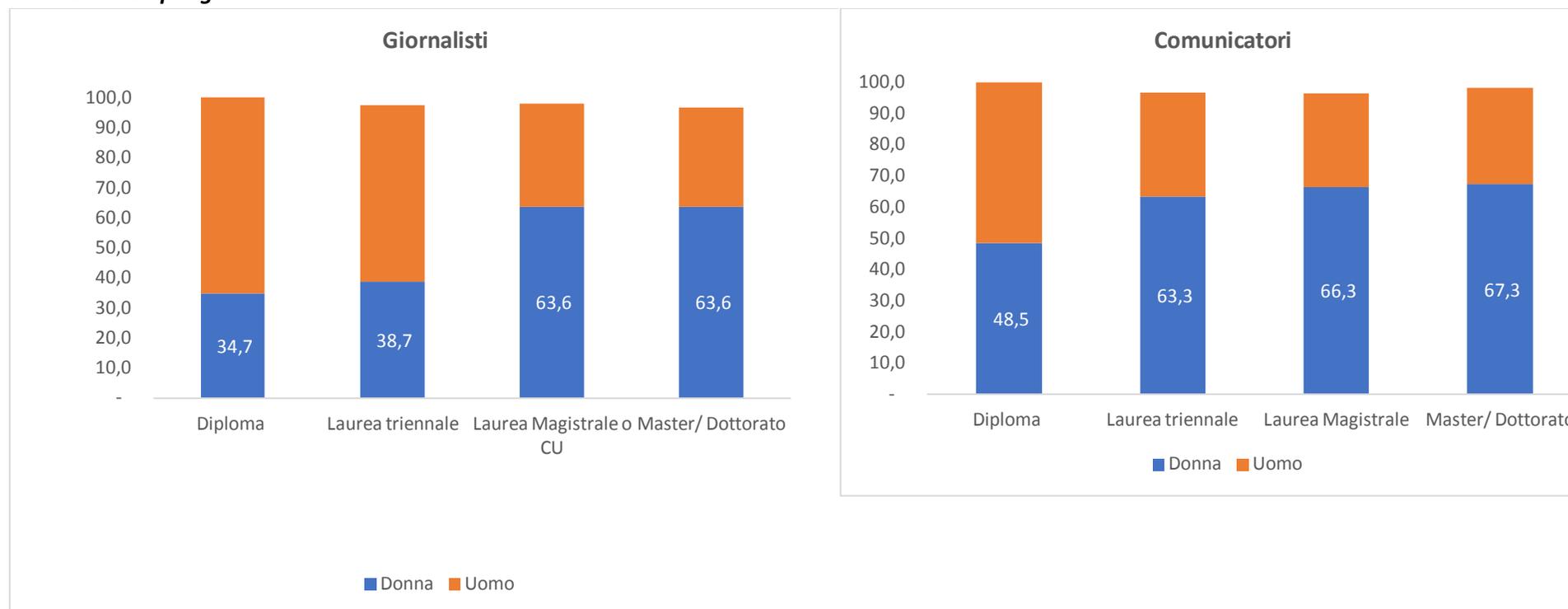
Quasi il 20% ha frequentato o sta frequentando corsi per giornalisti riconosciuti dall'ordine.

**Titolo di studio**



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

### Titolo di studio per genere



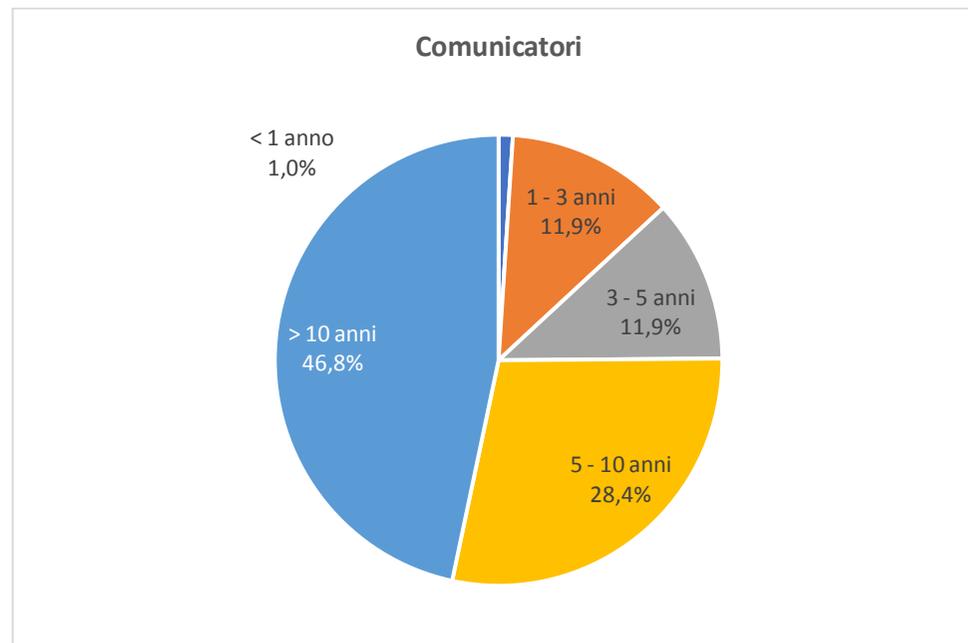
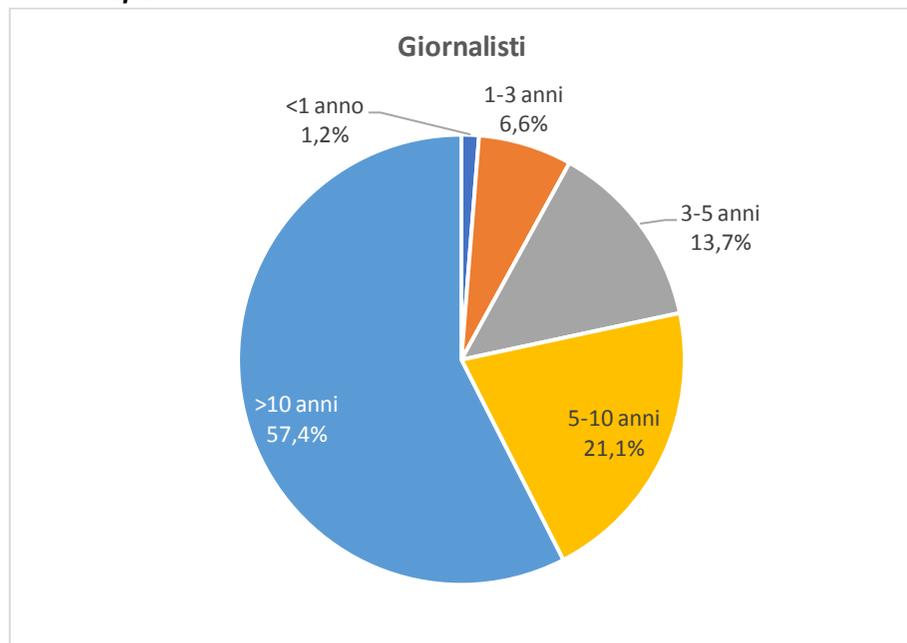
Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Le donne sono il 53,9%, contro il 43,9% degli uomini (il 2,2% non ha voluto indicare il genere) e hanno livelli di istruzione mediamente più elevati

## Caratteristiche professionali

La maggioranza dei giornalisti lavora da più di 10 anni, solo il 7,8% ha meno di 3 anni di esperienza. Tra i comunicatori sono più frequenti coloro che hanno meno esperienza, ma comunque i ¾ lavorano da più di 5 anni.

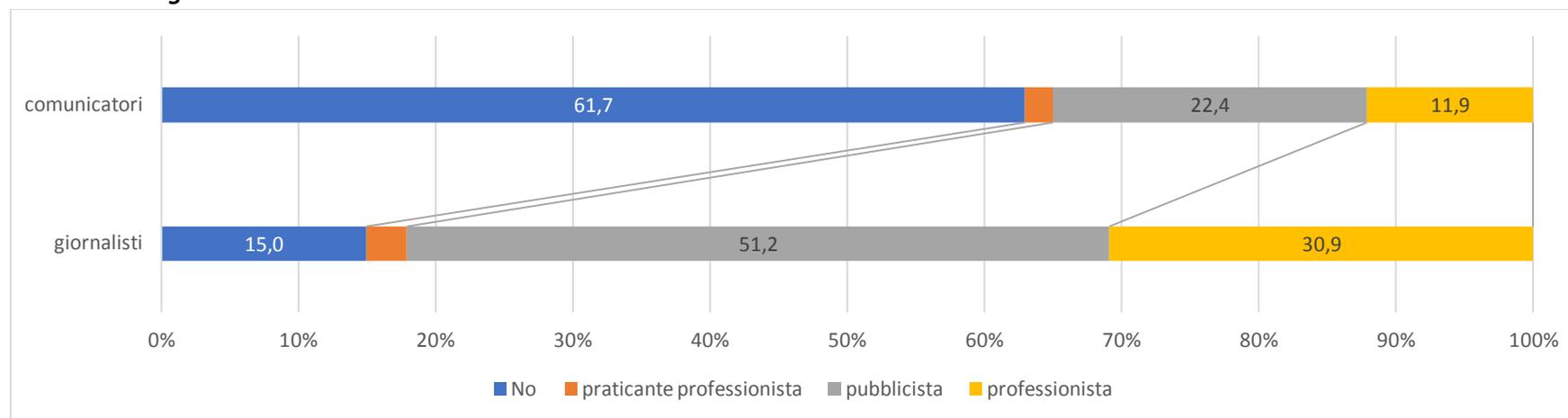
### Anni di esperienza



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

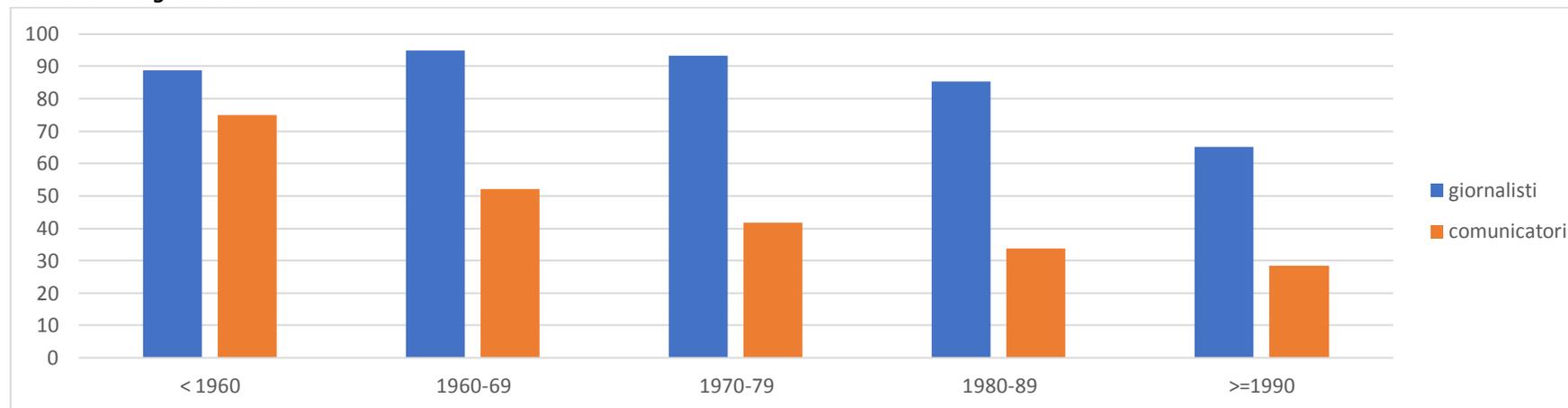
Quasi tutti i giornalisti (85%) sono iscritti all'albo giornalisti, perlopiù come pubblicisti (51%). I professionisti sono il 31% e infine praticanti il 3%. Sono iscritti all'albo anche il 38,3% dei comunicatori, perlopiù come pubblicisti.

### Iscritti all'albo giornalisti



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

### Iscritti all'albo giornalisti



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

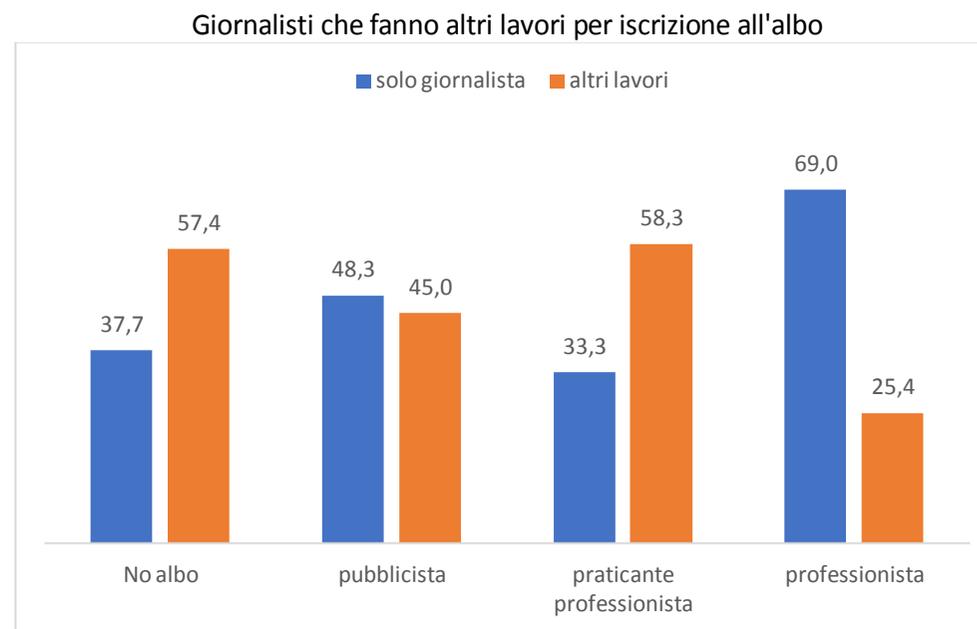
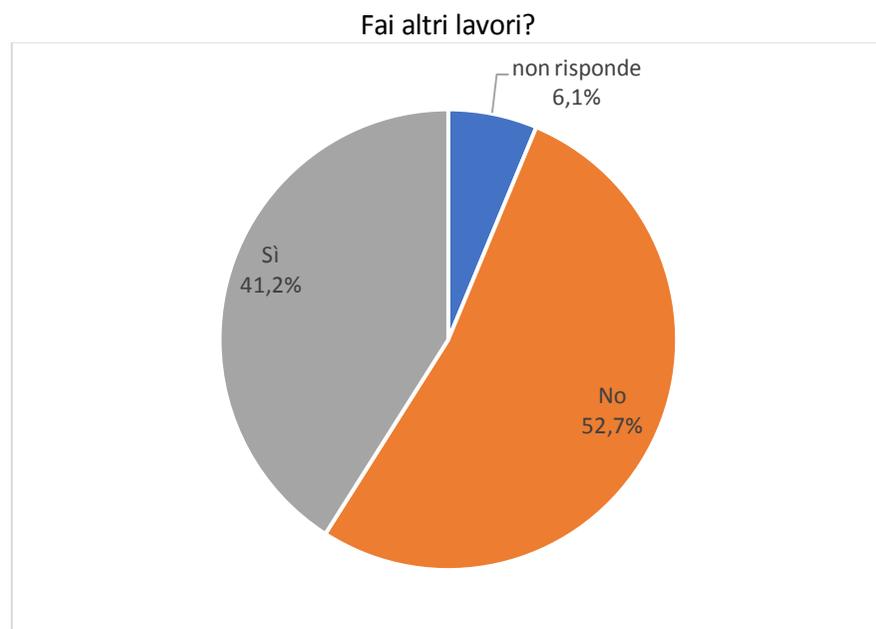
I non iscritti sono molto più presenti tra le coorti più giovani, specie tra chi non ha superato i 30 anni. Tra gli iscritti all'albo i pubblicisti prevalgono sempre, il peso dei professionisti cresce al crescere dell'età.

Solo il 18,6% dei giornalisti ha frequentato una scuola specifica per giornalisti, ma questa percentuale cresce al diminuire dell'età ed è molto più elevata (46%) tra coloro che sono giornalisti professionisti.

Solo poco più della metà degli intervistati giornalisti (52,7%) svolge esclusivamente la professione di giornalista, il 41,2 svolge anche altre attività. I motivi principali che spingono ad una seconda attività sono la necessità economica, la diversificazione del rischio e la ricerca di varietà.

La percentuale di chi è esclusivamente giornalista è maggioritaria (69%) solo tra gli iscritti all'albo professionisti ed è più elevata tra le donne (55% versus 50,3%, ma tra gli uomini sono più frequenti le non risposte).

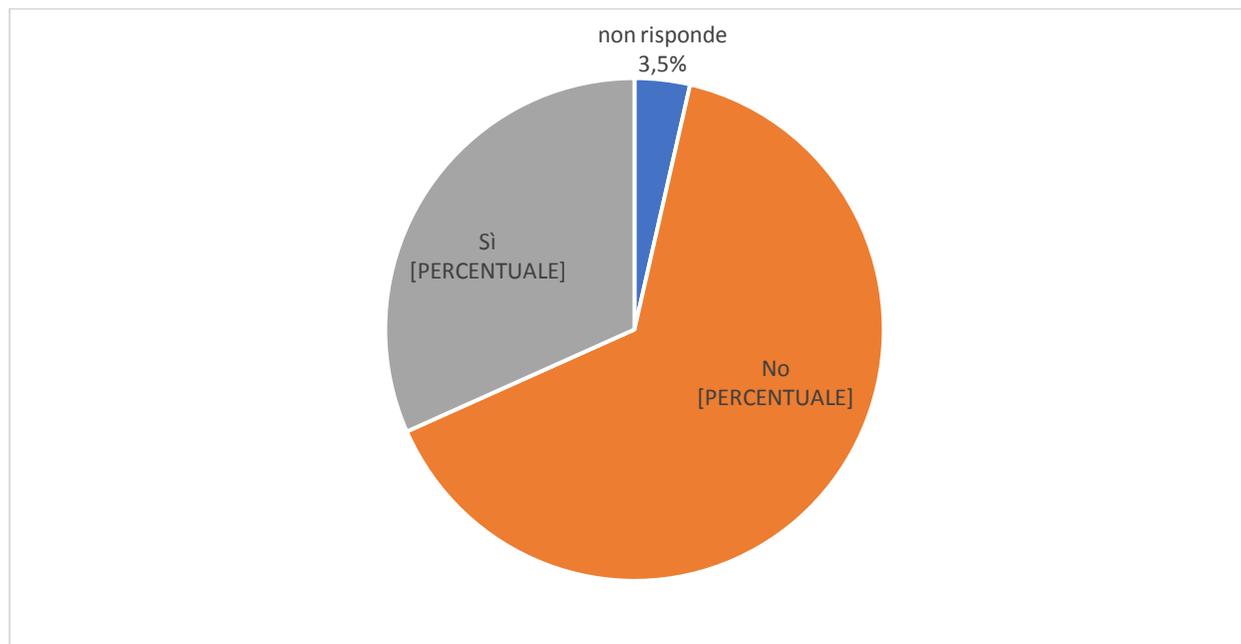
### **Giornalisti che svolgono altri lavori**



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Tra i comunicatori il doppio lavoro è meno presente, più frequente tra gli iscritti all'albo giornalisti, anche se l'altra attività non necessariamente è da giornalista, ma formazione, attività legate al web etc.

### Comunicatori che svolgono altri lavori

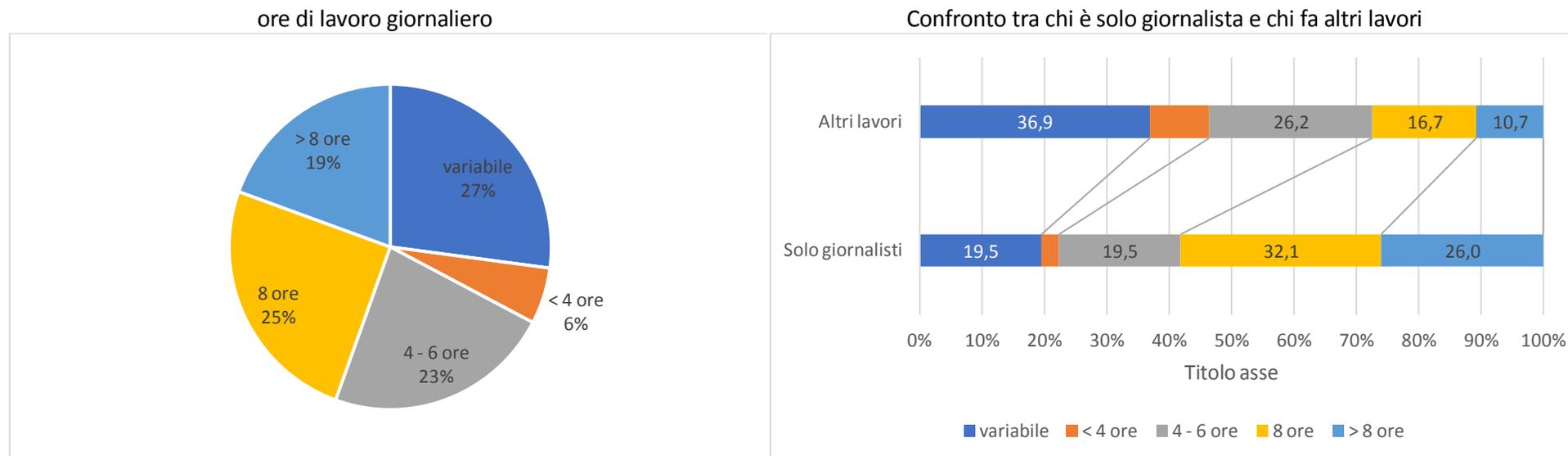


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Il 44% dei giornalisti dedica a questo lavoro 8 ore o più al giorno, il 23% tra le 4 e le 6 ore. Per il 6% è invece un lavoro che impegno meno di 4 ore al giorno e il 27% non può quantificare l'impegno perché è molto variabile.

Come atteso, il lavoro nel giornalismo è molto più intenso in chi non svolge anche altri lavori. Il 58% di chi lavora solo come giornalista, è impegnato per almeno 8 ore al giorno in tale attività (contro il 27% di chi svolge anche altri lavori).

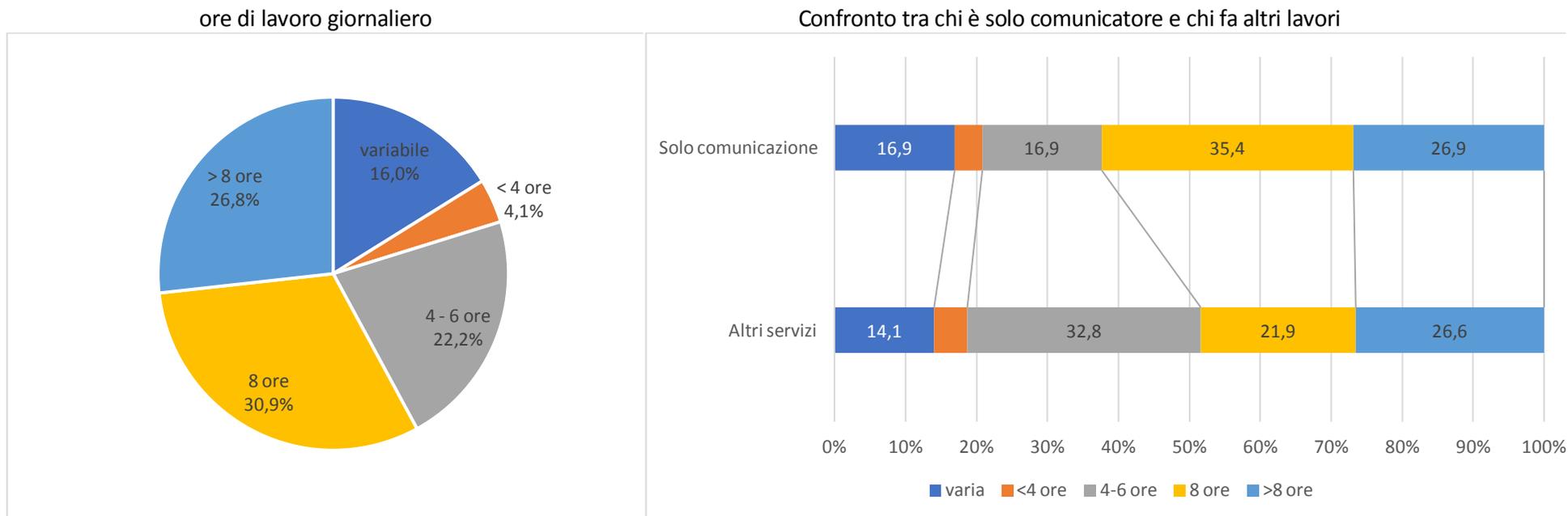
## Giornalisti: ore di lavoro nel giornalismo



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

L'impegno lavorativo dei comunicatori è generalmente più intenso e meno variabile rispetto ai giornalisti. Anche tra i comunicatori l'impegno dedicato alla comunicazione è più elevato in chi svolge esclusivamente questa professione.

### Comunicatori: ore di lavoro nella comunicazione

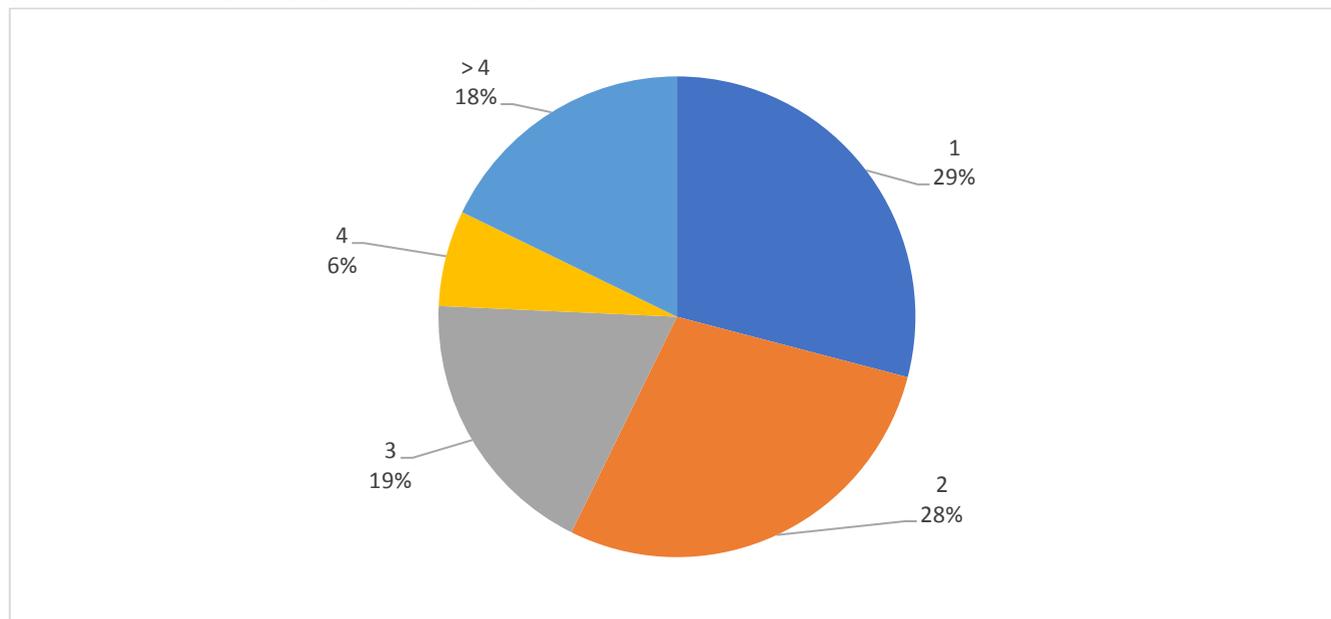


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

## Organizzazione del lavoro e clienti

Il 29% dei giornalisti collabora con una sola testata giornalistica, una percentuale quasi analoga (28%) collabora con 2 testate, il 25% con 3 o 4 testate e il 18% con più di quattro.

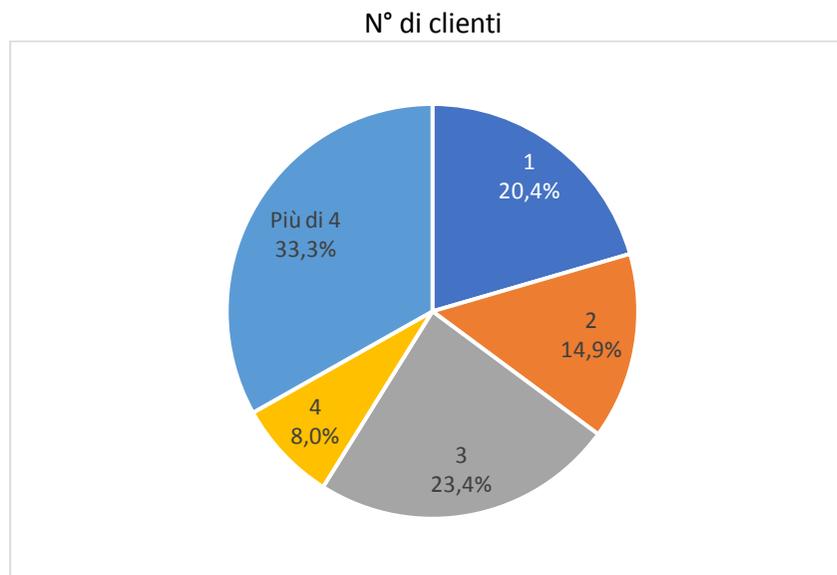
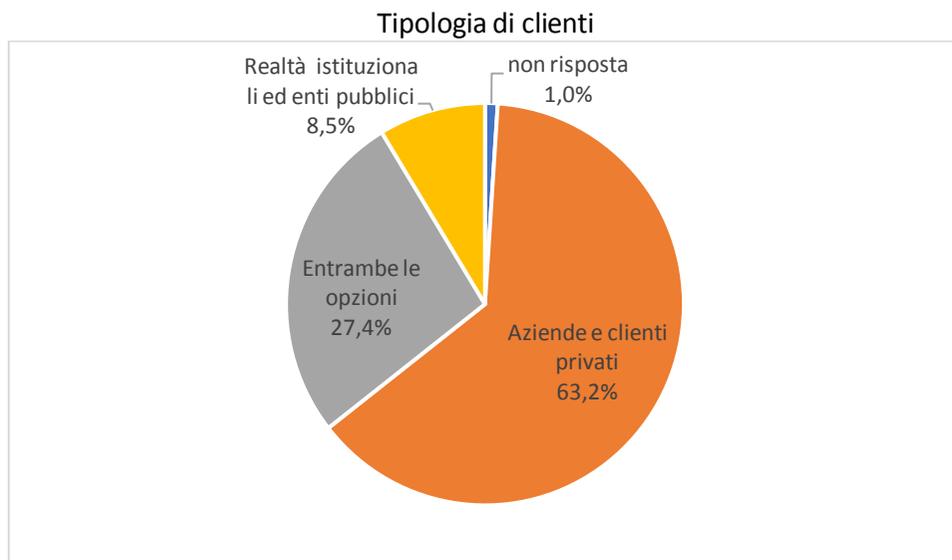
### **Giornalisti- N° di testate con cui collaborano**



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

I comunicatori hanno prevalentemente clienti privati, solo l'8,5% collabora esclusivamente con realtà istituzionali ed enti pubblici, e in genere hanno un maggior numero di clienti.

### **Comunicatori: i clienti**

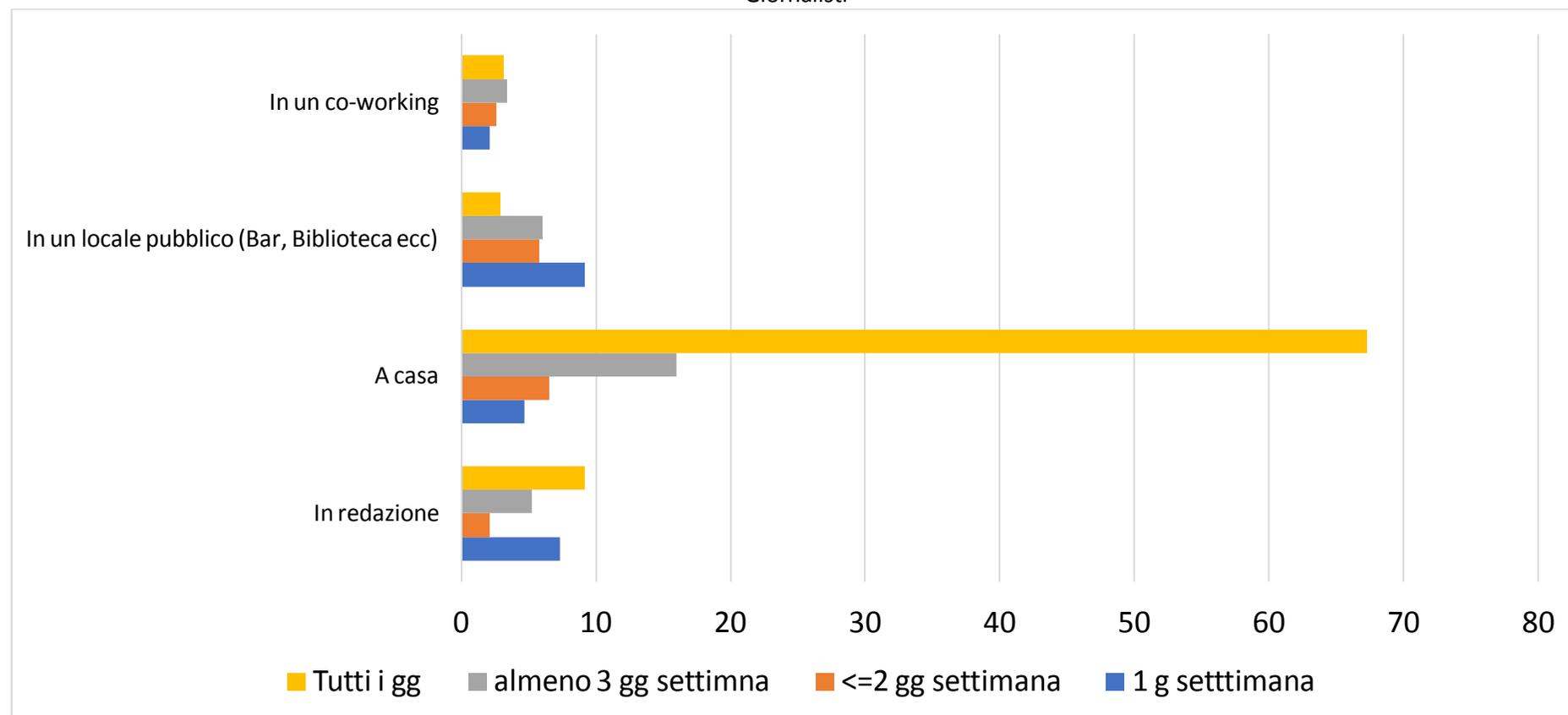


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Si lavora prevalentemente a distanza, soprattutto da casa. Ciò è vero soprattutto tra i giornalisti: meno di 1/4 lavora in redazione o in un coworking. Solo il 5% non lavora mai da casa, per contro i 3/4 dei rispondenti non lavorano mai in redazione. Tra i comunicatori è più frequente il lavoro presso i clienti (il 56% vi lavora almeno un giorno la settimana) e anche il lavoro dai coworking (utilizzati dal 21%).

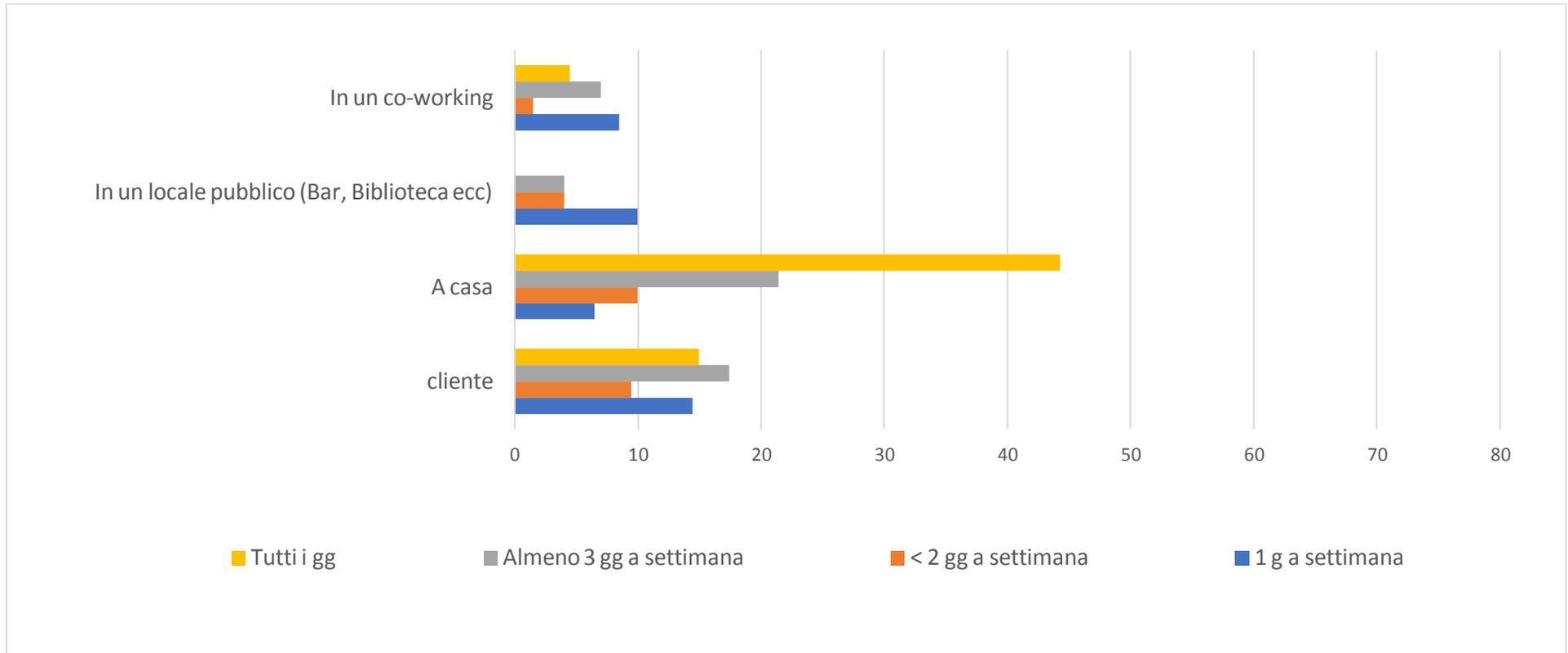
***In che luogo fisico lavori abitualmente?***

Giornalisti



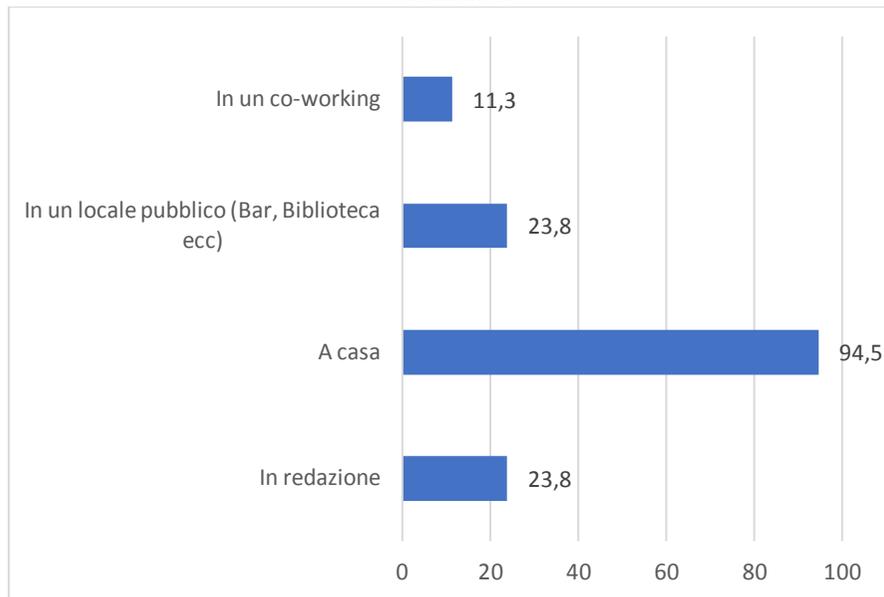
Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

### Comunicatori

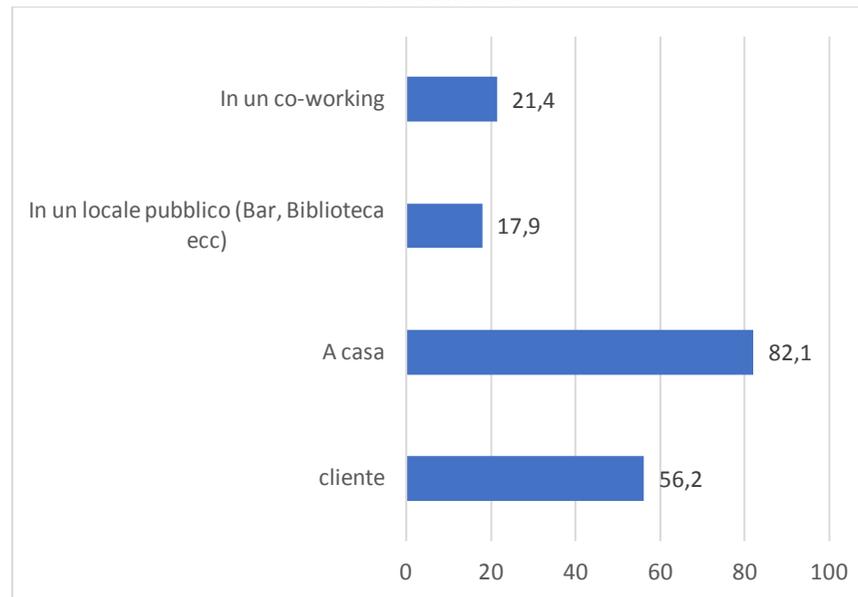


### ***Dove lavori almeno 1 giorno la settimana***

**Giornalisti**



**Comunicatori**



*Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News*

## Giornalisti - Rapporto con le redazioni

Il rapporto di lavoro coi giornali è spesso basato sull'iniziativa dei giornalisti, da cui partono in genere le proposte di prodotti e servizi editoriali; poco più del 6% lavora solo su assegnazione da parte della redazione.

Le proposte da parte dei giornalisti sono rivolte direttamente al caporedattore (58,6%) o al direttore (37,3%), ma anche ad un redattore (35,5), raramente a un altro collaboratore (6,6%). La proposta è veicolata soprattutto tramite mail (68,6%), WhatsApp o Telegram (47,1%) oppure a voce (44,4%); raro l'utilizzo di piattaforme condivise, citato solo dall'8,6% dei rispondenti. La conferma del lavoro arriva abbastanza velocemente, in media dopo due giorni (ma valore mediano è 1 giorno). Se la proposta è rifiutata, secondo il 60% degli intervistati, in genere (sempre o spesso) viene spiegato il motivo, secondo il 30% ciò avviene raramente e per il restante 10% non avviene mai.

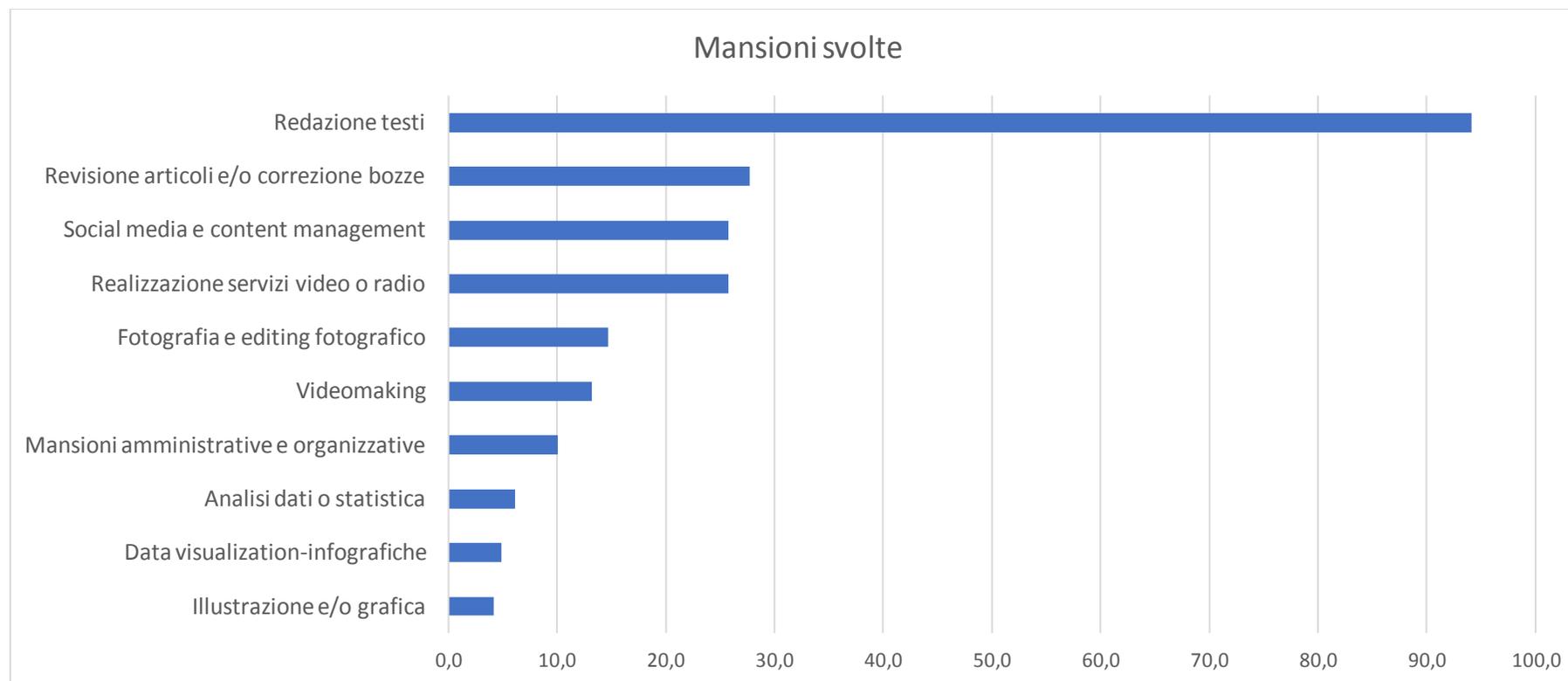
I servizi assegnati dalla redazione sono generalmente coerenti con le competenze dei giornalisti (solo il 6% segnala il contrario).

Le testate per cui gli intervistati lavorano, secondo il 53,8% dei rispondenti verificano la correttezza del prodotto editoriale prima della pubblicazione o messa in onda, secondo il 27,4 invece ciò non avviene mai o raramente, mentre il restante 18,8% non ha informazioni per dirlo. Parallelamente, in caso di richiesta del giornalista, le redazioni con cui si collabora offrono supporto nella verifica delle informazioni o sono disponibili a uno scambio di opinioni nel 44,8% (raramente o mai per il 38,6% e i rimanenti non hanno informazioni per esprimersi). Per un terzo degli intervistati il fact checking avviene sempre o spesso sia su propria richiesta del giornalista, per un quarto al contrario non avviene quasi mai con riferimento ad entrambe le opzioni.

## Mansioni

### Giornalisti

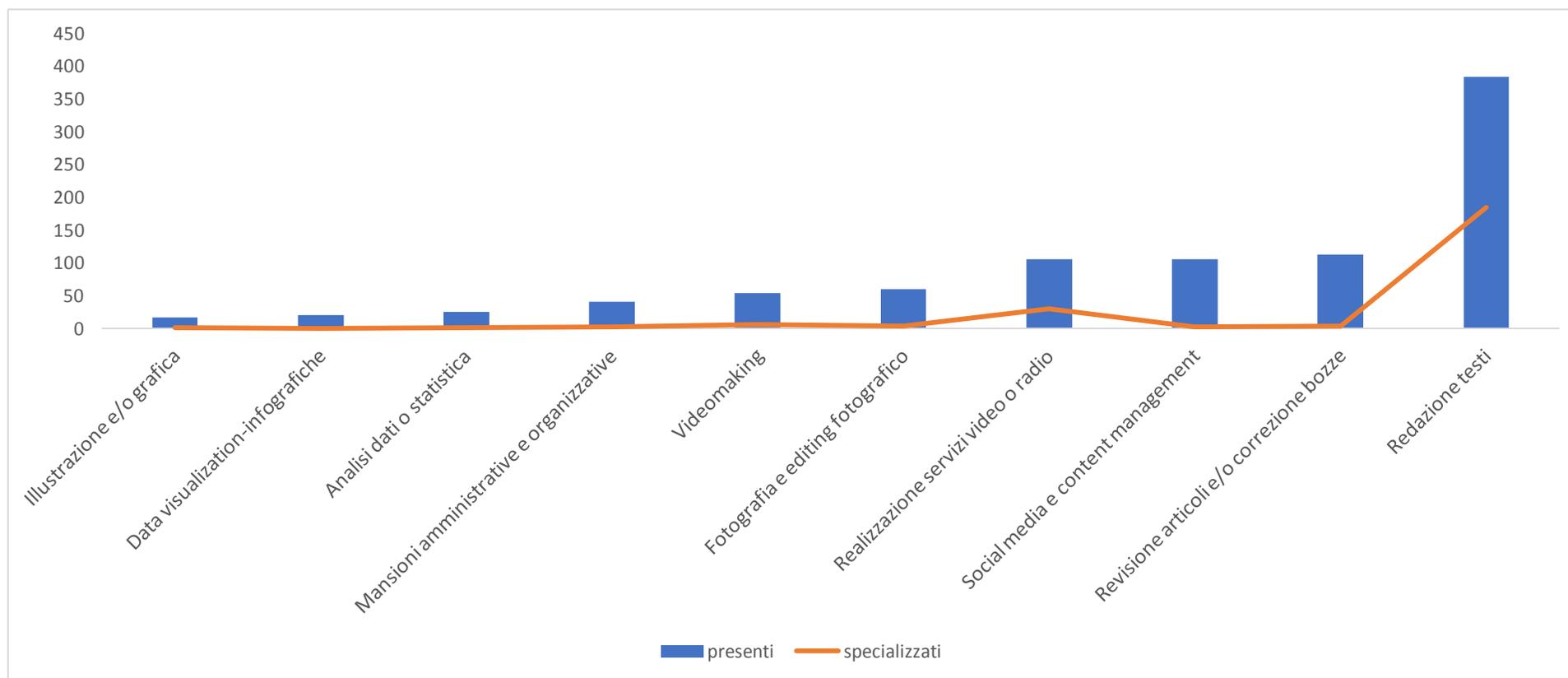
L'attività principale, svolta da quasi tutti i giornalisti intervistati (94,7%) è naturalmente la redazione di testi. Per quasi la metà di questi (48,8%) è l'unica attività, mentre gli altri sono impegnati anche in molte attività collaterali. Coloro che sono specializzati in una sola attività sono i meno giovani.



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Oltre alla redazione dei testi, solo l'attività di servizi video e audio compare significativamente come unica attività. Nel complesso la metà del campione svolge una sola attività, il 23% due attività e la quota restante 3 o più. Si riscontrano alcuni abbinamenti più frequenti tra le diverse attività volti a fornire un "pacchetto completo": analisi dati con visualizzazioni infografiche, video-making con servizi video e radio, social media e content management con le attività collegate alle immagini, sia fotografie e editing fotografici, sia illustrazioni e grafica.

**Mansioni svolte e % di chi ne svolge solo una**



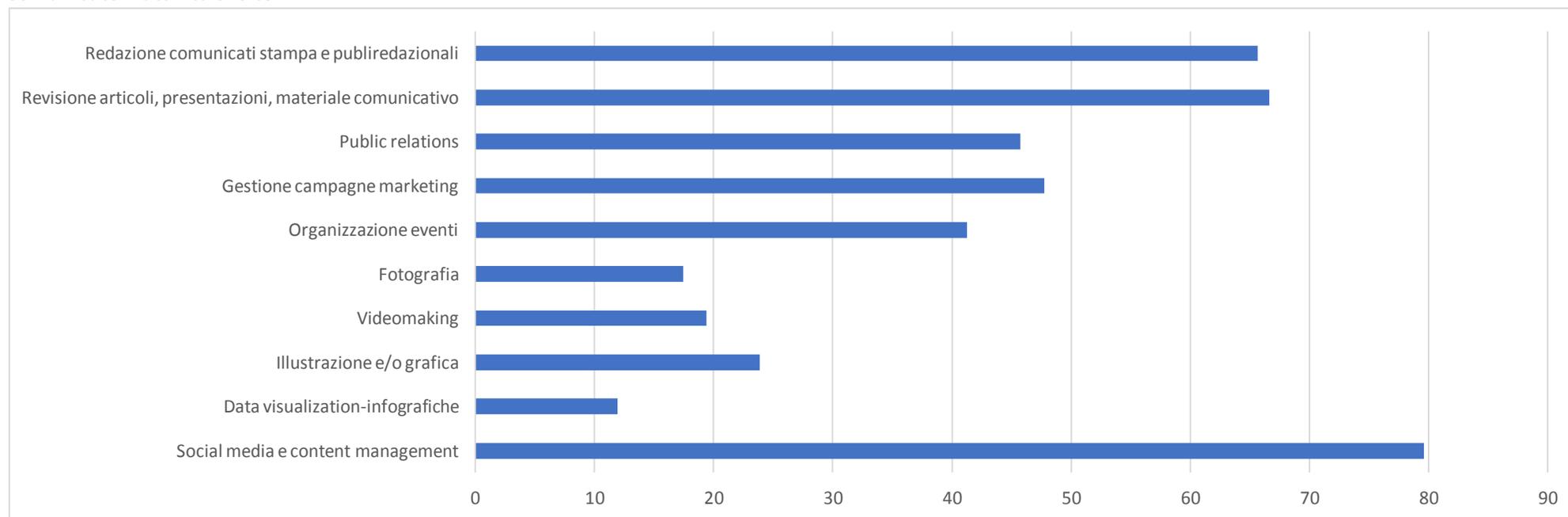
Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

## Comunicatori

I comunicatori che hanno risposto al questionario sono raramente specializzati in una sola attività o strumento di comunicazione (solo 8% ha una sola mansione), nella grande generalità dei casi sono impegnati in più mansioni in contemporanea, nella media in quattro mansioni, il 25% ne svolge più di 5.

L'attività più diffusa, svolta dall'80% degli intervistati è quella di social media e content management, seguono la revisione di articoli e materiale comunicativo e la redazione comunicati stampa.

### Comunicatori-attività svolte



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

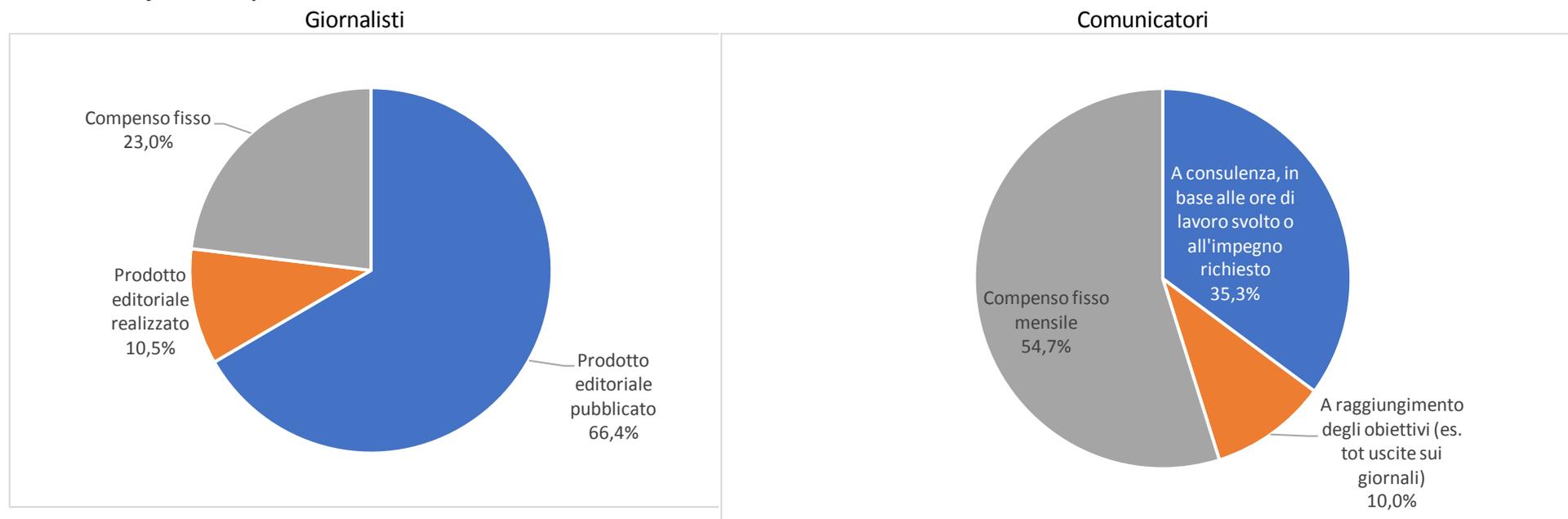
## Compensi e pagamenti

Piuttosto diverse le modalità di pagamento tra giornalisti e comunicatori.

Al 23% dei giornalisti intervistati è garantito un compenso fisso, indipendentemente dal numero di prodotti editoriali realizzati, solo il 10% è pagato a prodotto editoriale realizzato, indipendentemente dalla pubblicazione, mentre due terzi degli intervistati sono pagati a prodotto editoriale pubblicato, quindi il rischio della non pubblicazione è a loro carico. Il compenso fisso è decisamente più frequente in chi lavora per una sola testata (37,8%) e tra gli iscritti all'Albo (circa il 25% si tra professionisti che tra pubblicitisti).

Se consideriamo i comunicatori, invece, la maggioranza (55%) riceve un compenso fisso mensile, il 35% viene pagato in base alle ore di lavoro svolte o all'impegno effettivamente impiegato e il restante 10% al raggiungimento degli obiettivi. Anche tra i comunicatori il compenso fisso è più frequente tra chi ha solo un cliente (dove è la modalità usata per i ¾), ma è rilevante anche per chi ha più clienti (63% per chi ha 2 clienti, 45% per chi ne ha 3).

### Come sono definiti i compensi



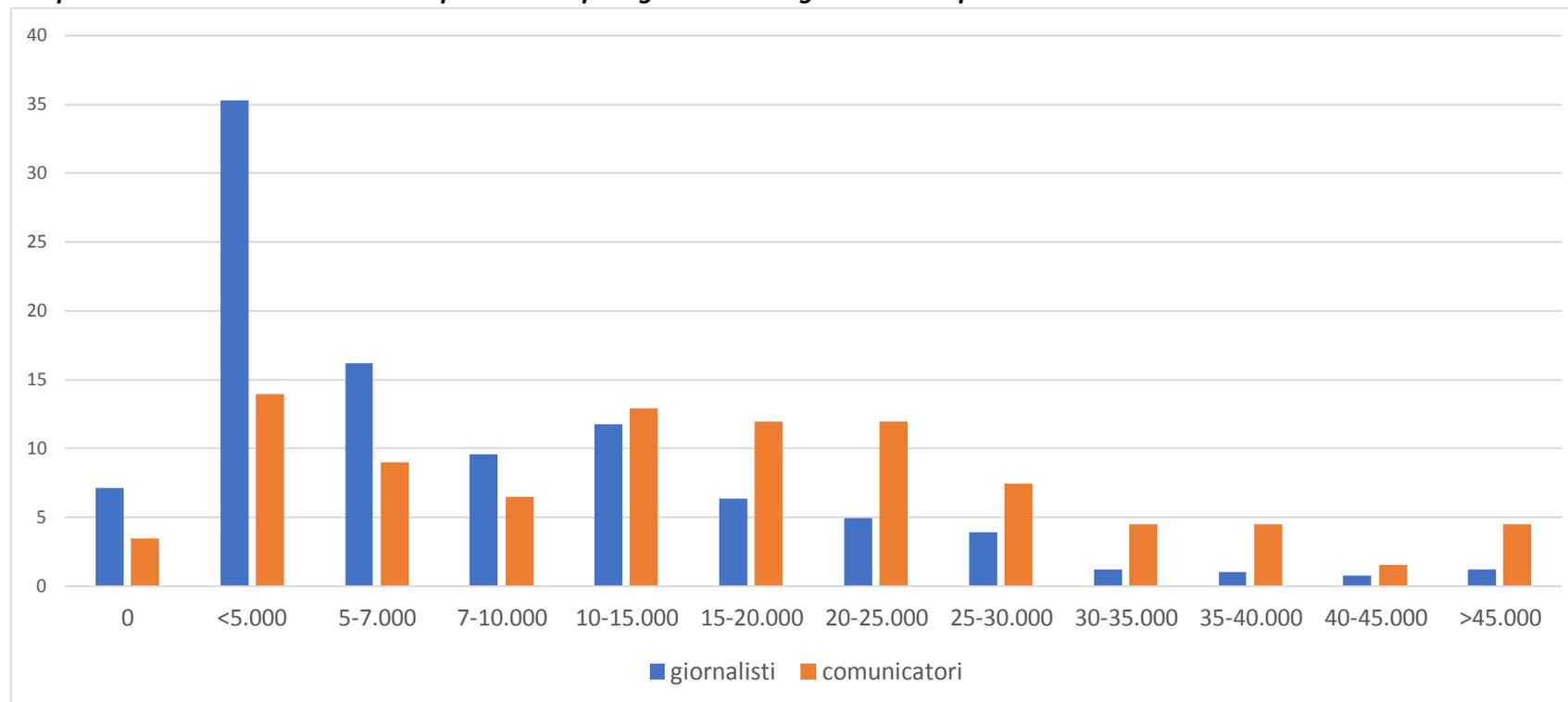
Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

L'aspetto più critico è l'ammontare dei compensi, soprattutto l'attività dei giornalisti risulta davvero poco remunerata.

Tra i giornalisti il 42% riceve meno di 5.000 euro annue, ed è un compenso lordo. Sotto i 10.000 euro lordi ricade il 69% degli intervistati.

Tra i comunicatori la percentuale di chi è sotto i 10.000 euro lordi è più che dimezzata: 32%.

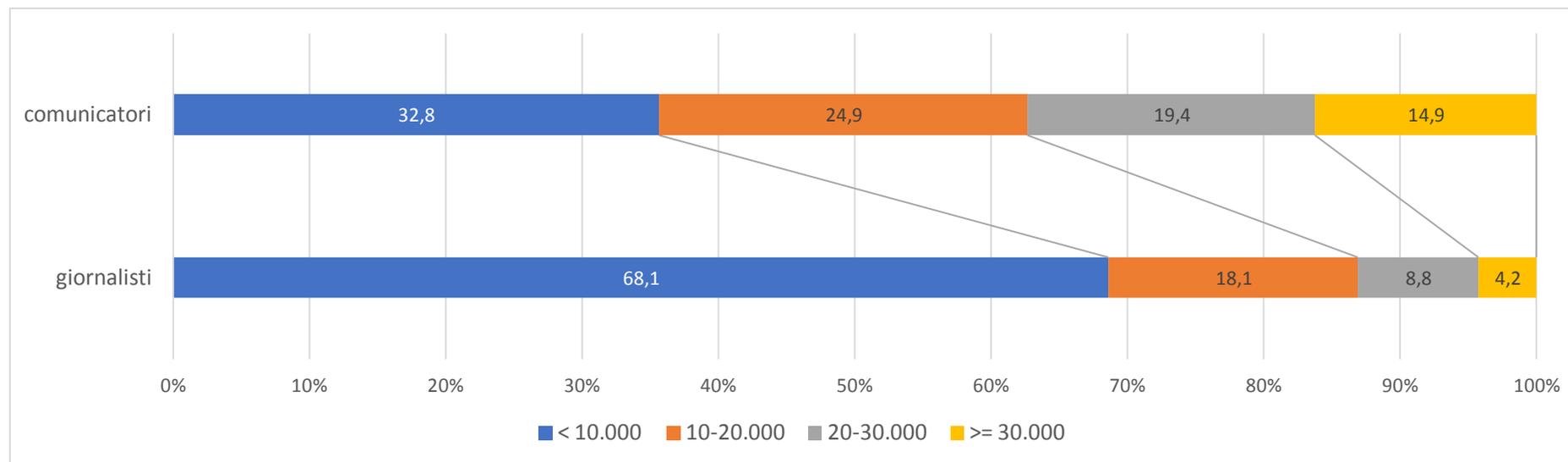
### **Compensi annui lordi nell'ultimo anno proveniente per i giornalisti dal giornalismo e per i comunicatori dalla comunicazione**



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Certo il reddito può dipendere dal fatto che si lavora solo poche ore e si fanno anche tanti altri lavori oppure dal fatto che si è praticanti e quindi non si guadagna nulla.

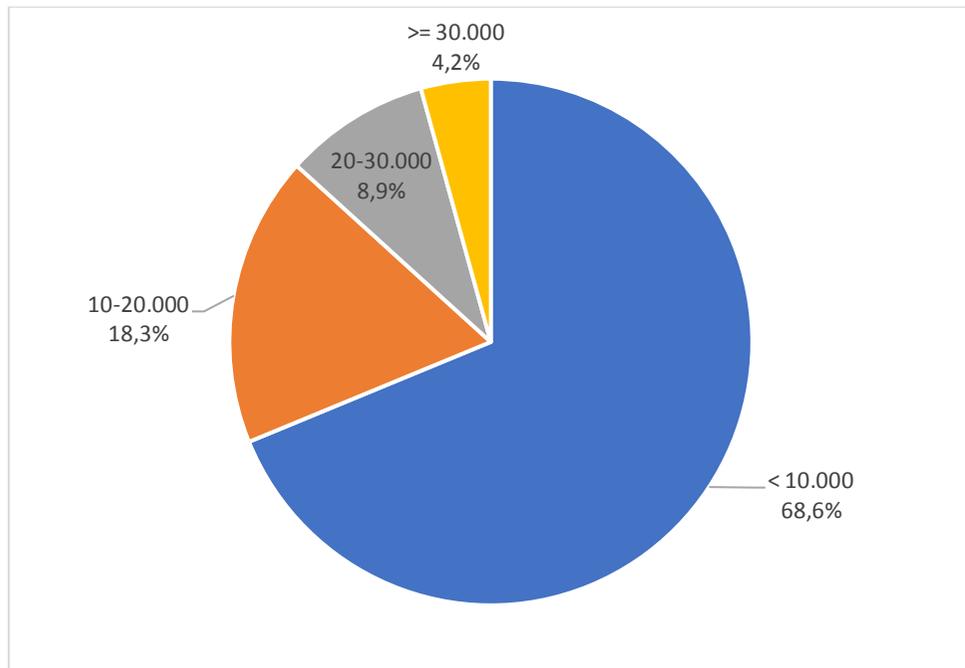
### Percentuale di intervistati in base al reddito lordo annuo da attività giornalistica e di comunicazione



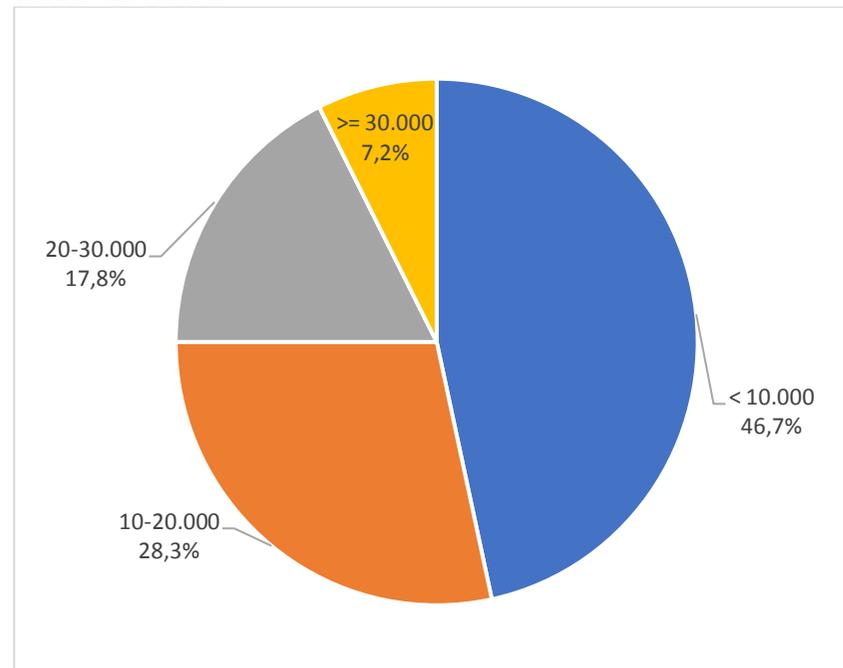
All'interno dei giornalisti abbiamo considerato solo coloro che svolgono esclusivamente l'attività giornalistica non come praticanti e lavorano almeno 8 ore al giorno. La situazione migliora ma non è confortante. Si tratta di 152 persone, corrispondenti al 37% del campione. Quasi la metà di essi riceve compensi annui lordi inferiori a 10.000 euro l'anno, solo il 7,2% supera i 30.000 euro.

**Giornalisti- compensi annui lordi nell'ultimo anno provenienti dalle sole collaborazioni giornalistiche (in euro)**

**Totali giornalisti**



**Giornalisti (non praticanti) che lavorano almeno 8 ore al giorno e non hanno altri lavori**

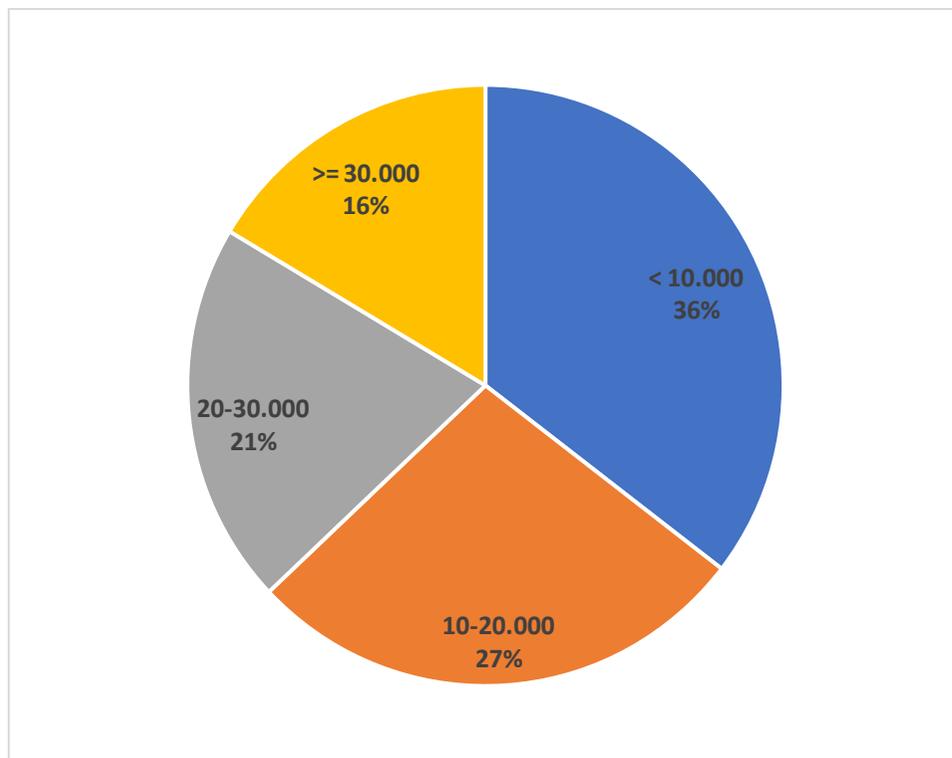


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

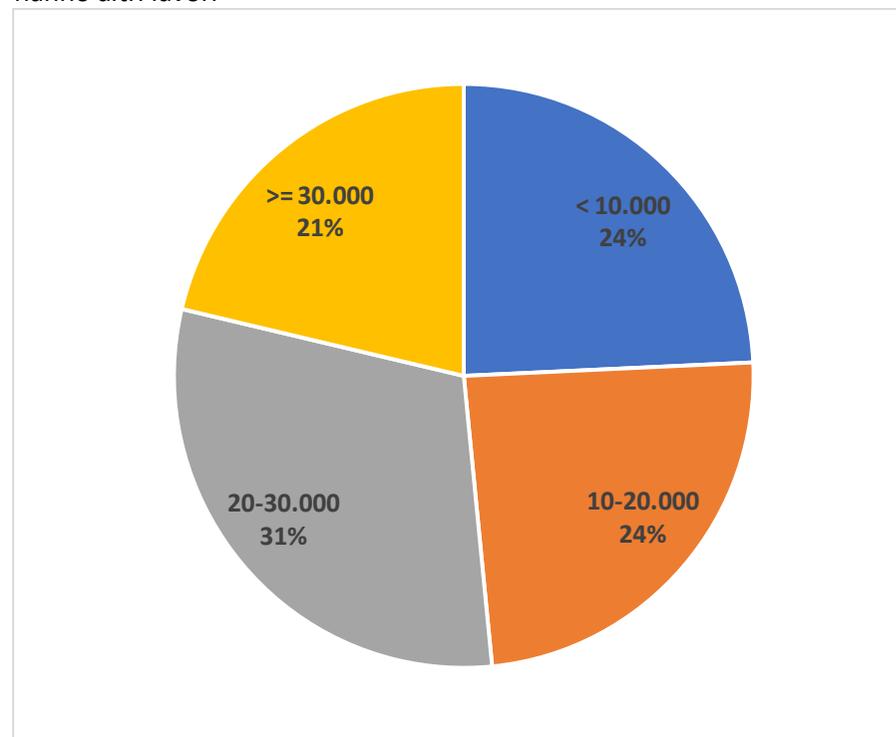
Un'operazione analoga effettuata tra i comunicatori, porta a selezionare 70 persone, anche qui i redditi risultano più elevati, ma comunque bassi.

**Comunicatori- compensi annui lordi nell'ultimo anno provenienti dalle sole attività di comunicazione**

Totali comunicatori

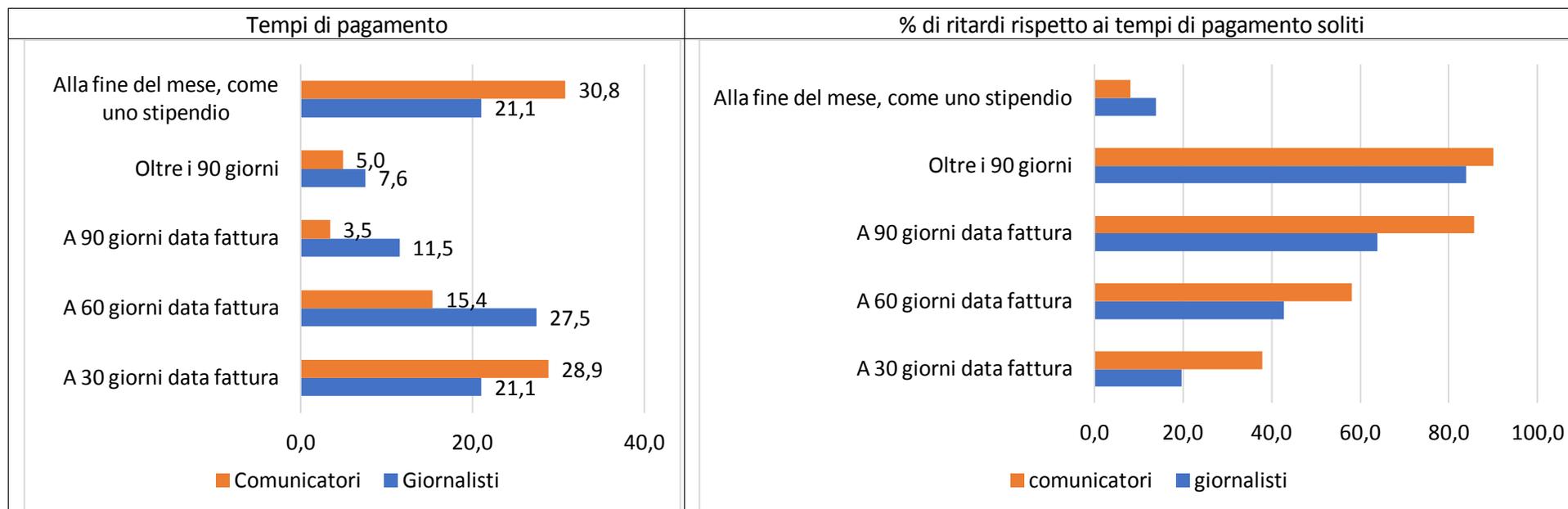


Comunicatori non praticanti che lavorano almeno 8 ore al giorno e non hanno altri lavori



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

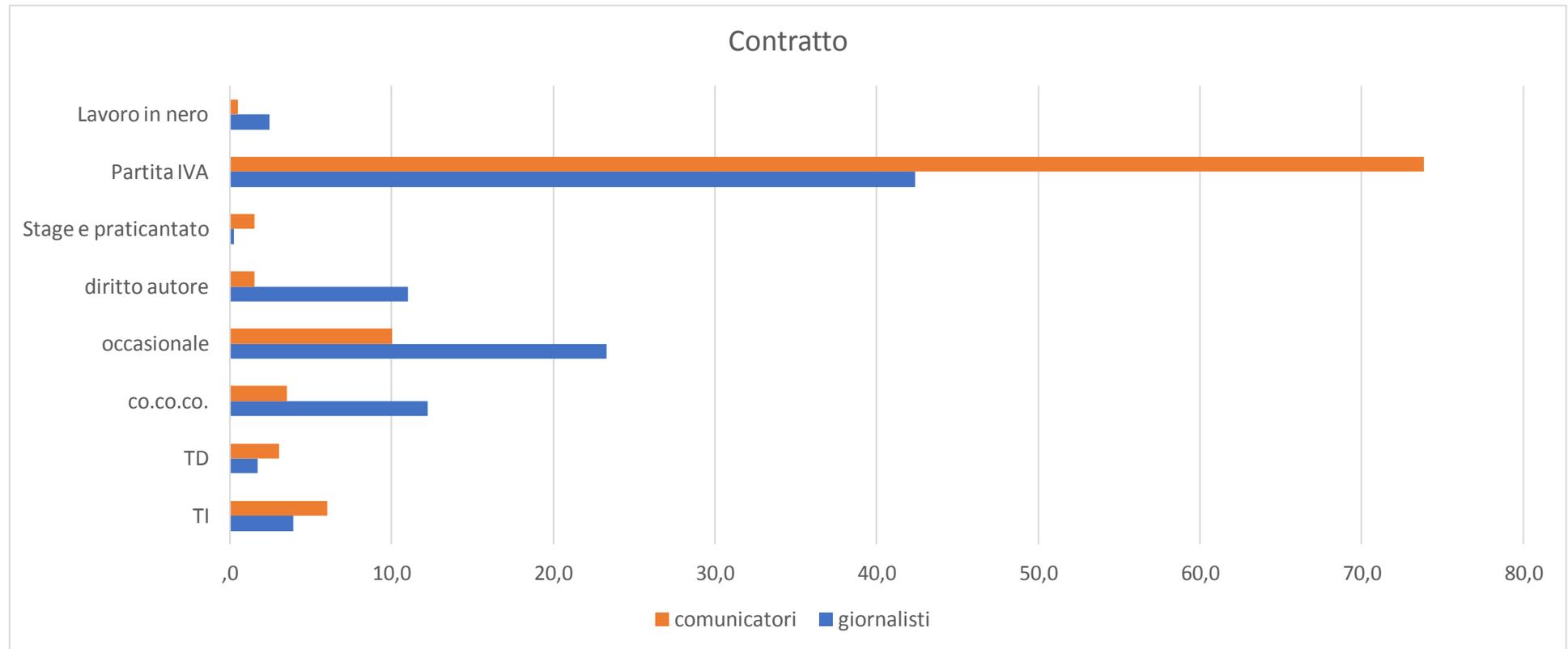
I pagamenti sono ricevuti a fine mese soprattutto da coloro che sono pagati con un fisso, che sono più numerosi tra i comunicatori. I comunicatori hanno tempi di pagamento più ravvicinati: quasi il 60%, contro il 42% dei giornalisti, è pagato entro i 30 giorni, come da statuto del lavoro autonomo. I tempi più dilatati, 90 giorni o più interessano il 19% dei giornalisti e l'8,5% dei comunicatori. Questi tempi così dilazionati sono spesso la conseguenza di ritardi. Il 36-37% dei giornalisti e dei comunicatori segnala ritardi nei pagamenti.



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

## Le tipologie di contratto

Al sondaggio hanno risposto quasi solo i freelance, i dipendenti sono una piccola minoranza (5,6% dei giornalisti e 9% dei comunicatori). I non dipendenti, in maggioranza hanno una partita iva, ma è davvero elevata la percentuale dei giornalisti che lavorano con modalità che non sono propriamente lavorative: oltre il 35% viene pagato con collaborazioni occasionali e diritto d'autore.



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News (TD sta oer Tempo Determinato e TI per Tempo Indeterminato)

## La previdenza

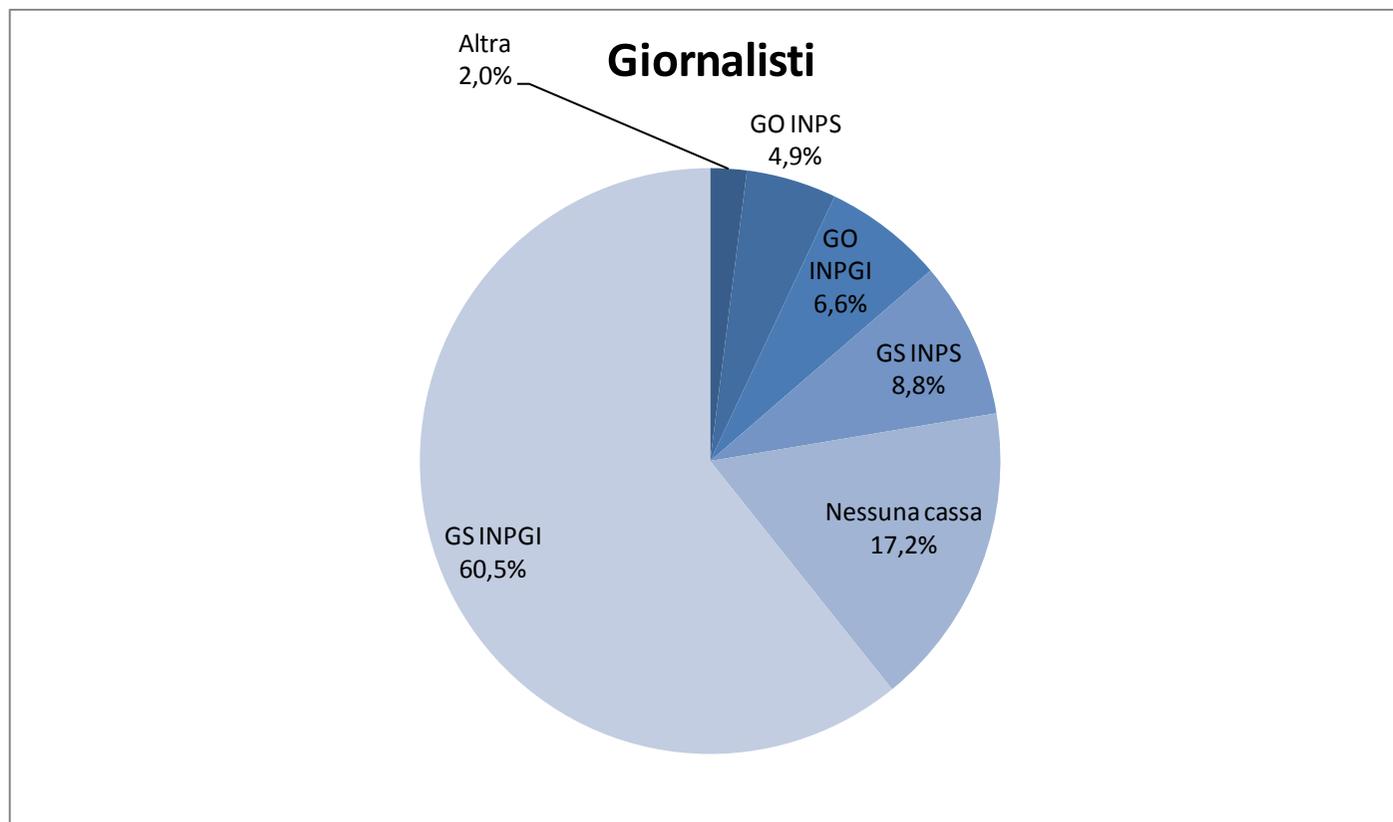
I due terzi dei giornalisti intervistati afferiscono all'INPGI, in gran parte (60%) alla gestione separata dell'INPGI. In particolare sono iscritti all'INPGI il 93,7% dei giornalisti professionisti e il 72,2% dei pubblicisti. L'INPS raccoglie il 14%, perlopiù anche qui gestione separata.

Per i comunicatori la cassa principale è INPS, specie la Gestione Separata.

In entrambi i gruppi è elevata la percentuale di chi non ha alcuna cassa: 14% dei comunicatori e 17,2% dei giornalisti (tra questi ultimi il 67% di chi non è iscritto all'albo giornalisti e il 12,9% dei pubblicisti).

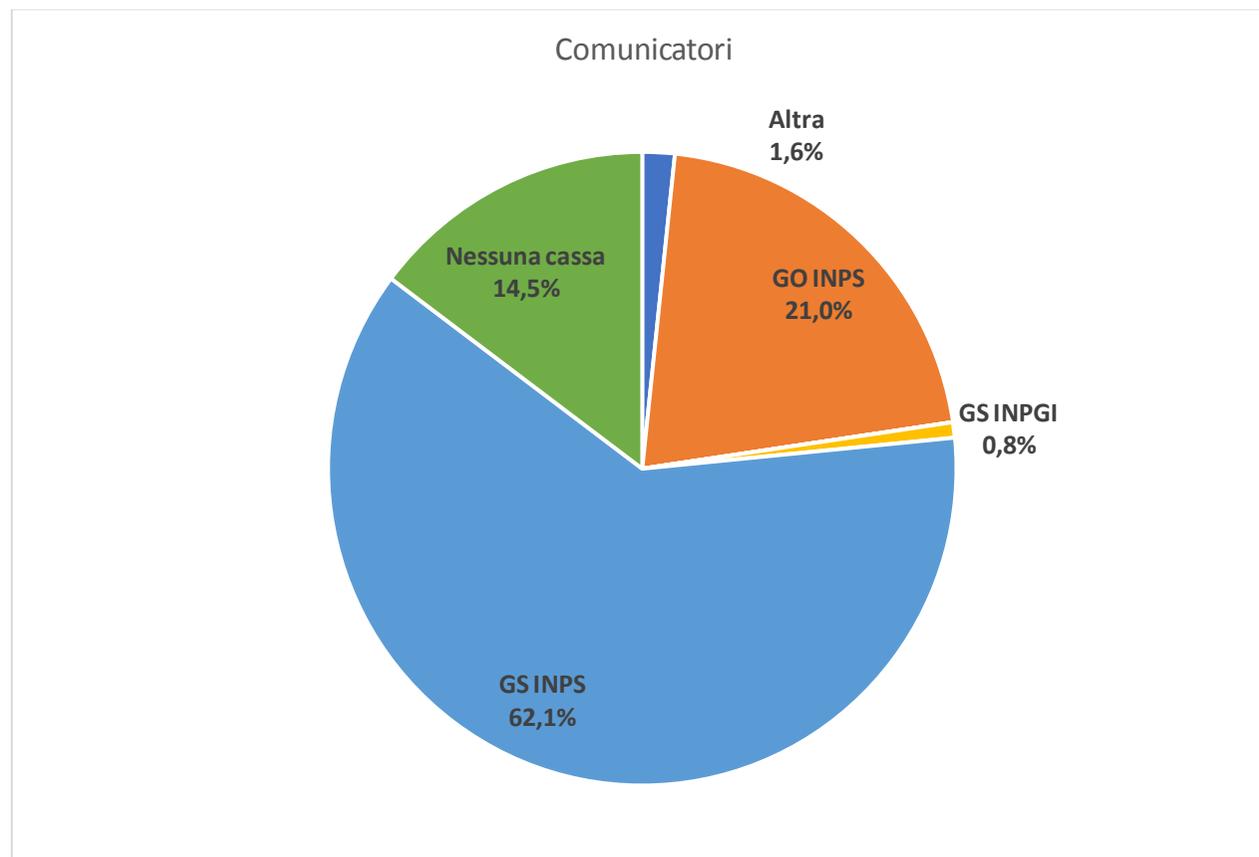
### **Cassa previdenziale**

Giornalisti (GS – Gestione Separata; GO – Gestione Ordinaria)



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolta ACTA e Slow News

Comunicatori (GS – Gestione Separata; GO – Gestione Ordinaria)

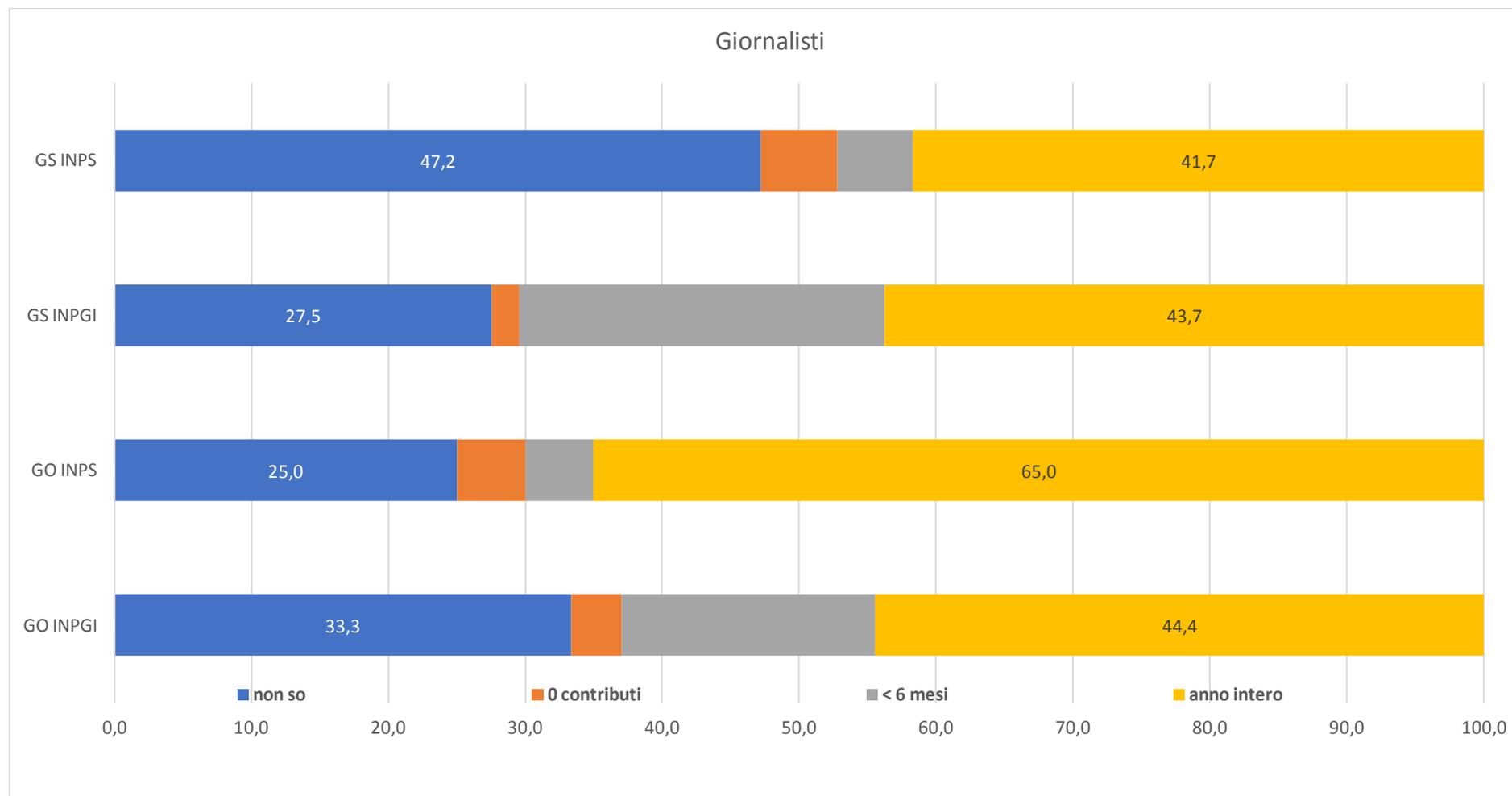


Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

Gli intervistati non hanno le idee molto chiare sulla loro situazione previdenziale: tralasciando chi non ha una cassa previdenziale, il 30% non sa quanti contributi ha versato.

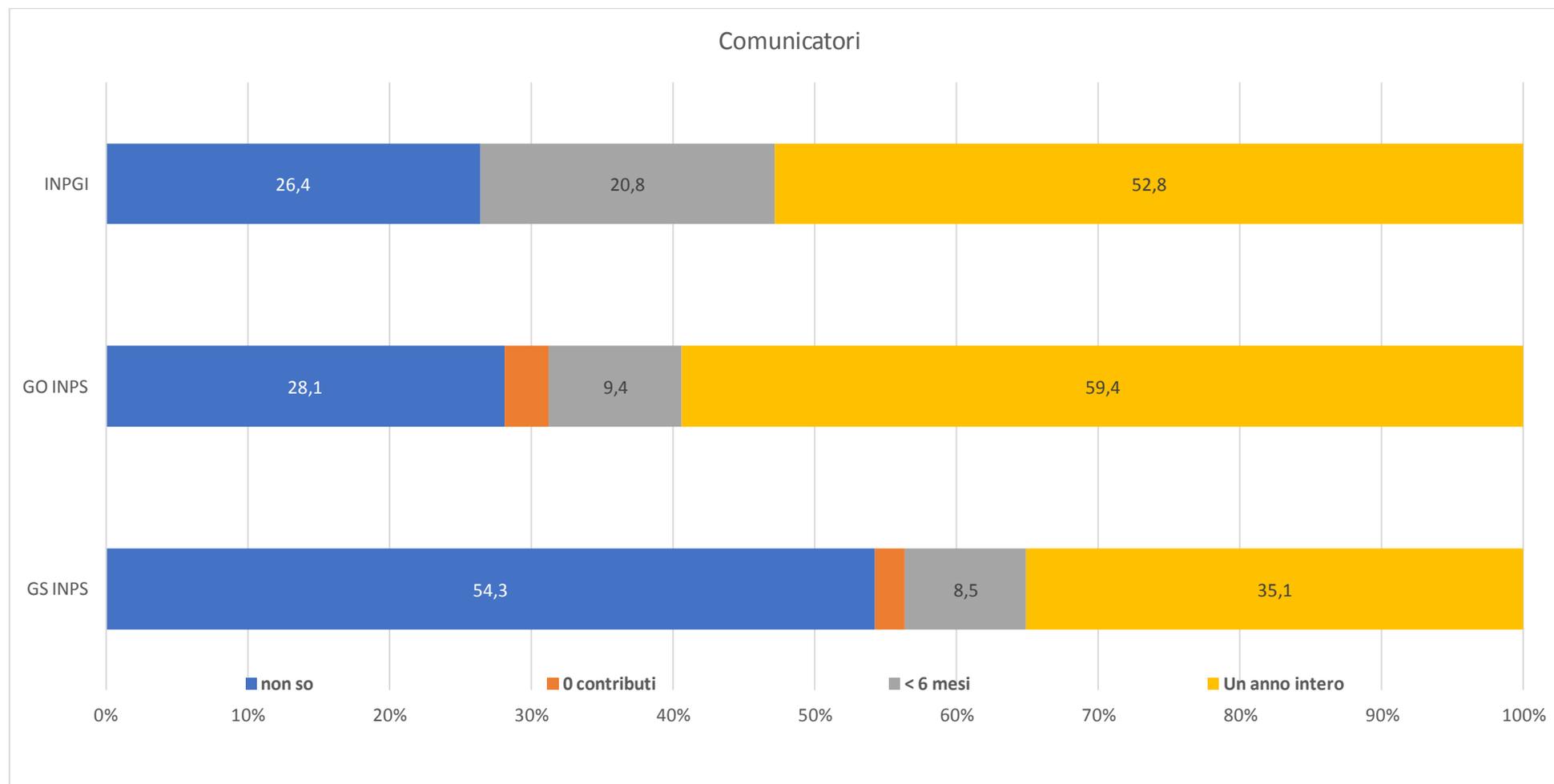
Circa la metà di chi ha una cassa (44,8% dei giornalisti e 50% dei comunicatori) , ha versato l'intero anno di contribuzione, questa percentuale è più elevata per chi afferisce alle gestioni ordinarie (INPS e INPGI)

### Contributi previdenziali versati nell'ultimo anno



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

### Contributi previdenziali versati nell'ultimo anno



Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News

## Elementi di sintesi e conclusioni

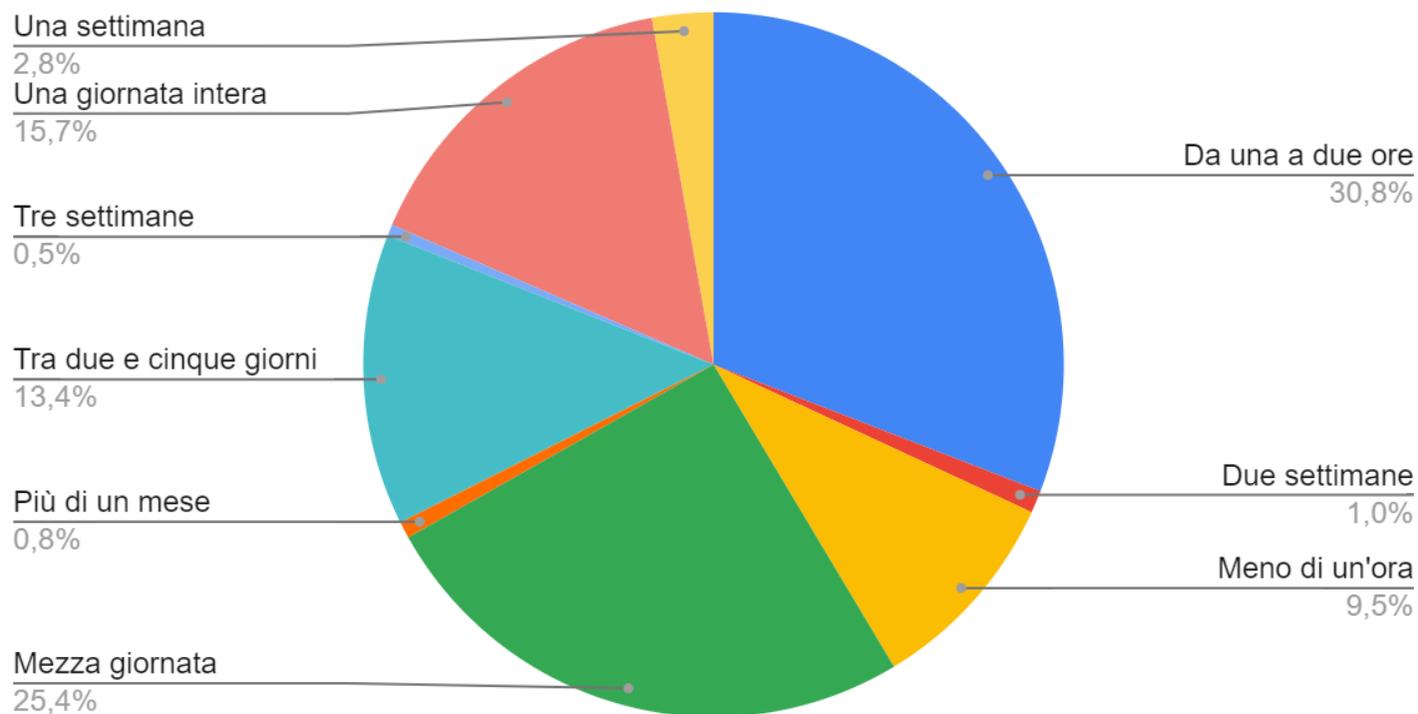
I sondaggi hanno sottoposto agli intervistati anche una serie di domande a risposta libera, con lo scopo di individuare aspetti qualitativi del lavoro e della vita dei professionisti dell'informazione e della comunicazione intervistati.

Per quanto riguarda i **giornalisti** e chi lavora nel campo dell'informazione emergono alcuni elementi.

1. Si lavora da dove si vuole, ma poco in strutture organizzate o spazi di coworking che hanno un costo. Specie per quanto riguarda i giornalisti freelance;
2. Molti servizi o proposte di prodotti editoriali avvengono sulla base dell'impulso del giornalista che segnala, almeno per la componente di intervistati, un rapporto abbastanza agile e veloce con i giornali e i referenti.
3. Esiste molta autonomia, anche in senso negativo, nell'organizzazione del lavoro giornalistico: la formazione ad esempio è carico dei giornalisti, così come l'anticipo spese.
4. Non sempre è presente un servizio di fact checking o comunque di controllo e verifica delle informazioni o del lavoro che il giornalista sottopone alla redazione prima della pubblicazione.

In particolare, per riguarda il tempo dedicato alla realizzazione dei prodotti editoriali - strettamente connesso alla qualità del lavoro finale se si pensa anche solo alla necessità di verificare informazioni e dati prima della pubblicazione di una notizia, - i giornalisti che hanno risposto al sondaggio confermano che ancora oggi è premiata la quantità e la brevità rispetto all'approfondimento:

## Conteggio di In media, quanto tempo ti richiede realizzare un prodotto o una consulenza giornalistica?



(Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News - Rispondenti: 125 giornalisti)

Allo stesso modo, se si mettono in correlazione i tempi di lavoro con i compensi a pezzo o a prodotto editoriale indicati dai rispondenti nei quesiti a risposta libera otteniamo un'indicazione di massima dell'investimento medio:

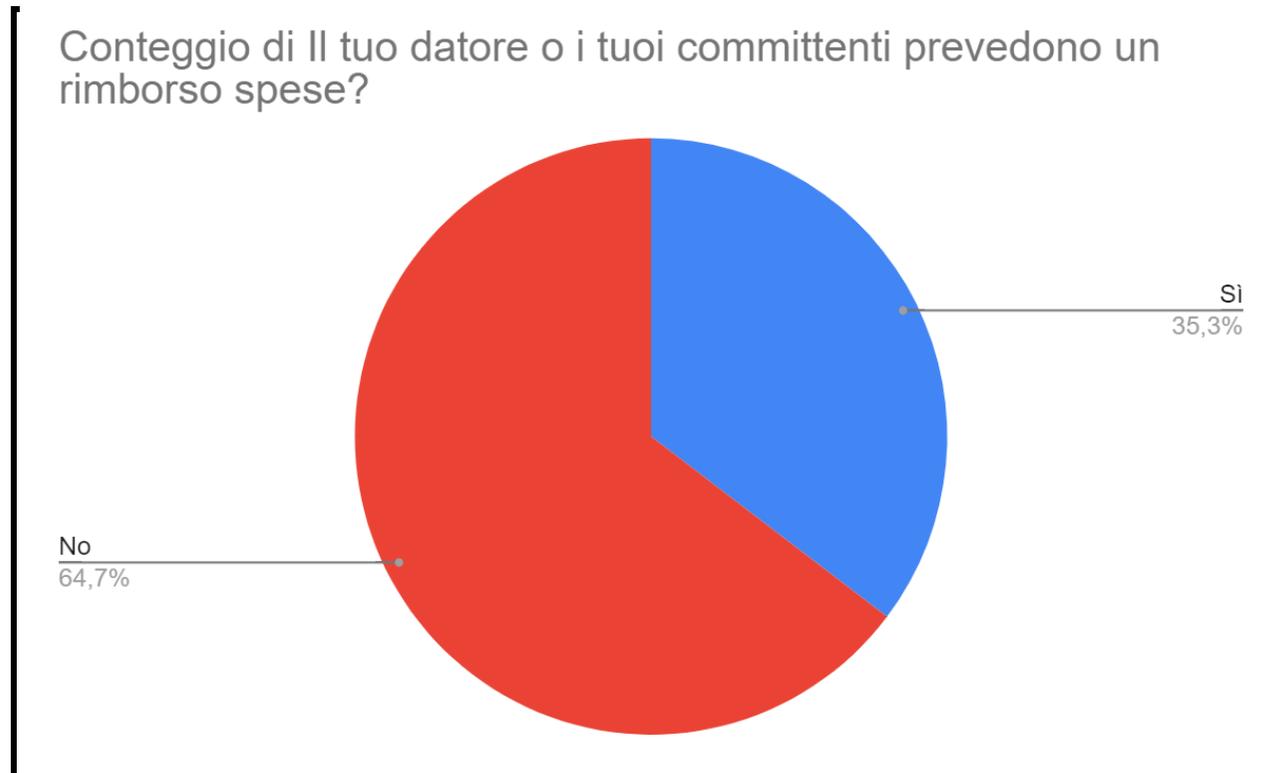
In media, quanto tempo ti richiede realizzare un prodotto o una consulenza giornalistica?	Se nell'ultimo anno hai ricevuto compensi a pezzo/articolo/servizio, in media quanto ti è stato pagato un contenuto? (Indicare la cifra lorda, senza decimali) - valori in €
<i>Meno di un'ora</i>	11
<i>Da una a due ore</i>	15
<i>Mezza giornata</i>	35
<i>Una giornata intera</i>	45
<i>Due settimane</i>	70
<i>Tra due e cinque giorni</i>	80
<i>Più di un mese</i>	100
<i>Una settimana</i>	200
<i>Tre settimane</i>	500

(Fonte: elaborazioni ACTA Ricerche su dati raccolti da ACTA e Slow News - Il prezzo è quello indicato più frequentemente dai giornalisti che hanno risposto - 125 - all'interno di ciascun gruppo di risposte relative al tempo di lavoro medio).

Anche nelle fasce di guadagno il compenso singolo è coerente con la scarsa qualità dell'investimento nel lavoro giornalistico da parte dei committenti. Chi dichiara redditi di solo lavoro giornalistico pari a meno di 10 mila euro lordi all'anno - cioè la maggioranza dei rispondenti alla domanda - ottiene in genere un compenso a pezzo o a prestazione editoriale che oscilla tra **i 9 e 25 euro e può arrivare a toccare al massimo i 50 euro**. Nelle fasce di reddito più alte i compensi singoli si alzano tra gli 80 e 200 euro, mentre solo una minoranza può contare su valori singoli più alti.

**Per quanto riguarda invece i comunicatori** ciò che emerge è una professione che ormai prevede lo svolgimento di attività diverse accanto alla necessità di presidiare più canali di comunicazione. Accanto alla più tradizionale attività di ufficio stampa, il lavoro per i social media assume un ruolo ancor più rilevante.

Anche sul fronte dell'anticipo spese per il proprio lavoro la situazione non è rosea per i comunicatori che oltre a non poter contare su risorse messe a disposizione dal cliente, devono poi anticipare per conto proprio i soldi e gli investimenti necessari a portare a termine la commessa.



(201 rispondenti - elaborazioni Acta - Slow News)

In conclusione, l'analisi di questo piccolo campione di risposte fa emergere diversi elementi critici, ovvero:

1. Compensi infimi, anche in presenza di ritmi di lavoro intensi, soprattutto per i giornalisti.;
2. Alta percentuale di collaborazioni occasionali e diritto autore, soprattutto per giornalisti. Tra i comunicatori invece risulta più elevata l'opzione stage;
3. Cassa previdenziale mancante e contributi minimi non raggiunti (conseguenza dei primi 2 punti);
4. Tempi di pagamento spesso oltre il dovuto;

Complessivamente i comunicatori hanno una situazione meno drammatica: più clienti, più lavoro, contratti migliori (poco diritto d'autore e collaborazioni occasionali), compensi meno bassi. Il rapporto coi clienti appare più stretto tra i comunicatori, che più spesso sono pagati con un fisso, più spesso usano le sedi dei committenti e meno saltuariamente hanno fruito di corsi di formazione organizzati dai clienti.

La crisi Covid per alcuni ha peggiorato le prospettive, per altri ha creato un'opportunità. Il bonus dello stato non è andato a tutti a causa del punto 2; per molti di coloro che l'hanno ricevuto è superiore a guadagno medio mensile (ricordare che 600 euro sono netti e esentasse), ma anche a fronte di un aumento del carico di lavoro - l'informazione è infatti una delle attività non sottoposte a lockdown - corrisponde spesso una diminuzione degli incassi e un aumento dei ritardi nei pagamenti.

## **Emergenza Covid-19 e giornalisti**

Per quanto riguarda i giornalisti "il mood" è mediamente più negativo di quello dei comunicatori. Le parole più ricorrenti nelle 232 risposte libere date dagli intervistati alla domanda "come stai vivendo da freelance l'emergenza coronavirus?" sono "male" e "malissimo". Le motivazioni risiedono nella diminuzione o nell'interruzione delle collaborazioni a pagamento e questo nonostante il carico di lavoro sia aumentato nel campo nell'informazione.

Una possibile spiegazione a questo paradosso potrebbe essere la drastica diminuzione degli introiti pubblicitari pagati dalle aziende alle testate, a causa della recessione improvvisa, e quindi del conseguente taglio delle componenti di costo più facilmente eliminabili da parte dei gruppi editoriali: le collaborazioni precarie e freelance.

La platea si divide però a metà, tra chi vive con ansia e stress da assenza di tutele questo momento, e chi invece - già precario prima dell'emergenza - grazie all'aumento della richiesta di informazione e all'erogazione di sussidi ha persino migliorato la propria condizione.

Parole o espressioni chiave ricorrenti:

- Ansia
- Complicato
- Stress
- Collaborazioni azzerate
- Opportunità
- Studio
- Carico di lavoro in aumento

## **Emergenza Covid-19 e comunicatori**

Tra i comunicatori, molti segnalano di aver avuto un picco di lavoro nella prima parte dell'emergenza, seguita però da una contrazione delle collaborazioni, oppure di aver avuto una crescita costante del carico a cui però non corrisponde un aumento o una continuità dei compensi. Questo vale soprattutto per chi è addetto stampa, social media manager o comunicatore freelance a partita IVA e per conto di aziende.

In generale, la platea di rispondenti - 153 - si divide tra chi ritiene che questo periodo non abbia cambiato il carico di lavoro e anzi abbia aperto la possibilità di riprogettare, studiare, riposizionarsi e ripensare la comunicazione e chi invece segnala ansia, stress e preoccupazione per lo stop generalizzato delle attività, specie quelle legate al turismo e agli eventi.

Parole o espressioni chiave ricorrenti:

- Arresto del lavoro (soprattutto chi lavora alla comunicazione di eventi)
- Sottoppressione
- Continuità, aumento del carico di lavoro
- Pagamenti arretrati
- Smart working
- Studio, formazione
- Riprogettare
- Comunicazione d'emergenza