



Con la collaborazione organizzativa di
**Società Canottieri Ichnusa 1891 e
Lega Navale Italiana Sezione di Cagliari 1902**

CAGLIARI, 8 ottobre 2016
Hotel Panorama - Via A. Diaz, n. 231, Cagliari

**12° CONVEGNO NAZIONALE
ANNUALE U.N.A.S.C.I.**

Media e Sport.

L'importanza della comunicazione per la società sportiva.

**“Free Lance e Uffici Stampa:
il variegato mondo del giornalismo”**

Relazione di:

dott. Marco PERAZZI

di Biella, Giornalista professionista, giornalista free lance, da 15 anni collaboratore del quotidiano “La Stampa”

Sono nato a fine Anni '60 e ho cominciato ad appassionarmi di giornalismo a metà Anni '80, quando i computer andavano a vapore e la televisione era piena di cartoni giapponesi.

Mi sono laureato in Giurisprudenza, altro amore giovanile, all'Università di Torino e da ventiquattro anni sono un giornalista freelance.

Nel corso di questo lungo periodo ho esercitato la professione occupandomi soprattutto di sport, filo conduttore di tutta la mia carriera giornalistica, ma non ho disdegnato l'interesse verso altri settori.

Nel 1992, quando iniziai questa attività per la neonata «Provincia di Biella», quotidiano sorto proprio per celebrare la nuova provincia piemontese, scrissi, quasi inevitabilmente, un articolo di calcio, allargando poi l'orizzonte sull'intero panorama sportivo locale.

In quegli anni però i miei studi universitari mi portarono anche in tribunale: così per oltre sei mesi (tra il 1993 e il '94) gestii la cronaca giudiziaria: un campo già ai tempi minato, in cui occorre davvero andarci con i «piedi di piombo».

Alla Provincia rimasi fino al termine degli Anni '90 (nel frattempo da quotidiano il giornale divenne bisettimanale); quindi entrai a far parte della redazione di un settimanale «Il Dove Andiamo» sul tempo libero.

Era diffuso in tutto il Piemonte e raccoglieva al suo interno il maggior numero di appuntamenti (sport e tempo libero) possibile. Io curavo due settori: la ristorazione (un 'piccolo' Raspelli in erba, con tutto il dovuto rispetto per uno dei più grandi critici gastronomici del nostro Paese) e quindi recensii diversi ristoranti (accompagnato da quella che sarebbe poi diventata mia moglie Monica, con cui condivido un sano 'amore' per la cucina), hotel, locali; e una pagina dedicata a mostre ed eventi (una delle più interessanti fu la prima edizione di «Messer Tulipano», nello splendido e suggestivo castello di Pralormo, in provincia di Torino). Purtroppo l'editore non aveva risorse economiche tali da poter affrontare un lancio più massiccio del settimanale e dopo due anni la rivista sparì dal mercato.

Nel 2001 cominciai la mia collaborazione con il quotidiano La Stampa di Torino. Il contratto di Co.Co.Co (acronimo che potrebbe anche strapparmi un sorriso, se non riguardasse il mio futuro e di tanti altri colleghi nelle medesime condizioni) è un sistema sorto per "sfruttare legalmente" i giornalisti che essendo titolari di rapporti di collaborazione coordinata e continuativa di natura giornalistica sono obbligatoriamente iscritti presso la Gestione previdenziale separata dell'INPGI.

Tutto questo nella consapevolezza che nel contesto della crisi, ma anche della rapida rivoluzione degli scenari e delle tecnologie dell'informazione, il lavoro giornalistico sarà sempre di più esercitato in modo autonomo: ma lavoro autonomo non può e non deve essere sinonimo di sfruttamento e di sistematica violazione dei diritti.

In base all'articolo 2222 del codice civile è lavoratore autonomo «un collaboratore esterno - occasionale o fisso - che esercita l'attività giornalistica in modo autonomo e indipendente, cioè senza subordinazione all'altrui potere gerarchico e senza essere vincolato a orari di lavoro o alla presenza in redazione».

Il giornalista lavoratore autonomo esercita la professione giornalistica secondo le seguenti forme e modalità:

- in modo autonomo mediante apertura di partita Iva (libero professionista in senso stretto);
- sotto forma di collaborazione coordinata e continuativa;
- come attività giornalistica autonoma occasionale;
- sotto forma di cessione del diritto d'autore.

La cosiddetta Riforma Biagi (D.Lgs 276/03) ha introdotto e disciplinato le nuove tipologie contrattuali del «lavoro a progetto» e del «lavoro occasionale», eliminando il cosiddetto «rapporto di collaborazione coordinata e continuativa» sempre più largamente utilizzato nel mercato del lavoro italiano, soprattutto in alternativa al rapporto di lavoro subordinato. Questa novità non riguarda però le professioni legate agli Ordini.

In particolare la stessa legge, all'art. 61 al comma 3, per quanto interessa la categoria dei giornalisti, ha previsto che «sono escluse dal campo di applicazione del presente capo le professioni intellettuali per l'esercizio delle quali è necessaria l'iscrizione in appositi albi professionali esistenti alla data di entrata in vigore del presente decreto legislativo».

Ciò significa che il D.Lgs 276/03 non si applica ai rapporti di collaborazione coordinata e continuativa che hanno come oggetto attività che rientrano nello svolgimento di una professione intellettuale per cui «è necessaria» l'iscrizione all'albo professionale (è il caso appunto dei giornalisti professionisti e pubblicisti). Pertanto, per le professioni intellettuali permane il vecchio regime delle collaborazioni coordinate e continuative.

Flaubert scriveva «Come saremmo colti se conoscessimo bene soltanto cinque o sei libri». E io oggi estenderei il concetto a «Come saremmo colti se leggessimo almeno un quotidiano al giorno».

Che significa? Conoscere non è facile. Leggere non è facile.

Perchè troppo spesso ci distraiamo, corriamo veloci sulle pagine che invece richiedono accortezza, indagine, attenzione.

Non importa quale libro stiamo leggendo, quale quotidiano abbiamo in mano, sia esso il Sole 24 ore o la rosea Gazzetta.

Importa come leggiamo.

E qui gioca un ruolo importante, decisivo, il giornalista, che deve saper catturare senza annoiare, informare senza voler a tutti i costi diventare troppo saccente. Compito ancora più importante se ci si occupa di un Ufficio Stampa.

Un Ufficio Stampa è un professionista della comunicazione che viene contattato da aziende, enti pubblici, associazioni, privati per curare tutti gli aspetti che riguardano la diffusione di contenuti importanti su media tradizionali (quotidiani, riviste, radio) e web.

I media e la rete sono un labirinto di connessioni possibili, ma se conosci i sentieri migliori da seguire i risultati arrivano.

Un Ufficio Stampa lavora bene quando lavora bene. Lapalissiano, ma – ahimè - non scontato.

In oltre vent'anni di attività ho curato gli Uffici Stampa di svariate società sportive, la più importante, se pur dilettantistica, la Pietro Micca di Biella. Venni contattato nel 1999, in occasione dei festeggiamenti per il loro centenario: fu una stagione davvero ricca di eventi. Parallelamente alla nascita dell'UNASCI venni assunto dall'Associazione e lavorai a tutto tondo per oltre un decennio. L'aspetto più importante in questi casi è riuscire a mantenere il miglior rapporto possibile con tutti i colleghi. A Biella infatti si sovrappongono diverse realtà editoriali, che pubblicano in giorni alterni della settimana. Va da sé che fornire un comunicato a Eco di Biella (in edicola il lunedì, giovedì e da un paio d'anni a questa parte anche il sabato) vuol dire ricevere meno attenzione da parte de Il Biellese (martedì e venerdì) e della Nuova Provincia (mercoledì e sabato).

Nel corso degli anni ho poi collaborato con società calcistiche (Cossatese in serie D e Libertas Biella), di pallavolo (SprintVirtus in serie B2 e C; TeamVolley in serie C e D), di nuoto (Dynamic Sport) di basket femminile (Bfb, serie C), di ciclismo (Gran Fondo delle Alpi Biellesi).

In occasione di Uffici Stampa per eventi sportivi particolari – il più importante riguarda i tornei internazionali di Tennis che a Biella hanno avuto grande eco (in campo maschile quest'estate è stato organizzato ancora un Challenger Atp Tour con un montepremi complessivo di 86.500 euro e ospitalità completa per tutti i giocatori) - io mi occupo di trasformare una semplice informazione in una notizia interessante per i media e consiglio le strategie di comunicazione più adatte.

Inoltre seguo personalmente i contatti con i giornalisti dei principali quotidiani nazionali, dei periodici, delle agenzie di stampa, dei siti internet, dei blog.

Nel corso della loro esistenza, gli Uffici Stampa possono commettere degli errori nel loro rapporto con i giornalisti.

Li possiamo brevemente analizzare:

- 1) Invio generalizzato a tutti i giornalisti della redazione o all'indirizzo generico di segreteria, quando loro hanno un indirizzo personale/lavorativo facilmente ricavabile;
- 2) Troppi invii di comunicati spesso duplicati o senza alcuna notizia: bisogna conoscere gli orari di lavoro delle redazioni giornalistiche;
- 3) Invio di comunicati e materiali con tempistiche sbagliate rispetto alla pubblicazione della notizia o ai tempi della redazione. In più gli Uffici Stampa devono fornire i propri contatti ai giornalisti;
- 4) Non fornire dati di contatto corretti o personali, per intenderci quelli che possono permettere un contatto anche fuori dall'orario di ufficio. I comunicati stampa da inviare ai giornalisti devono essere professionali;
- 5) Preparazione approssimativa dei comunicati stampa, troppo lunghi o al contrario privi delle informazioni indispensabili per costruirci sopra un articolo. E' importante non inviare comunicati stampa senza notizia;
- 6) Sempre a proposito di comunicati stampa, si ricorda che i giornalisti vogliono notizie, per questo odiano comunicati generici, senza alcun tipo di novità o addirittura presi pari pari dalle brochure aziendali. Inviare comunicati alle e-mail dirette dei giornalisti;
- 7) Approccio impersonale nel contatto: è meglio perdere qualche minuto in più per dargli l'idea che il comunicato è stato scritto per lui e che conosciamo il media per cui lavora. Il minimo della personalizzazione è l'intestazione in cui compare il nome del giornalista, cosa che è facile da fare anche con i software di posta elettronica gratuita, una volta creata una mailing list di giornalisti in formato excel.

Vari fattori influiscono sul prezzo: l'ufficio stampa può avere portata nazionale o locale, generalista o settoriale, essere limitato nel tempo o continuativo.

Molte attività influiscono sulla tariffa: la mappatura dei media target, la stesura di una mailing list, i contatti costanti con i giornalisti, i recall.

Negli ultimi anni i social media, il web e il blogging hanno esteso i confini della comunicazione professionale.

Ho accolto volentieri questa «rivoluzione», cercando di gestire la necessità di cambiare prospettiva e di rimettere in discussione tante regole della comunicazione e dell'Ufficio Stampa.

Noi lavoratori indipendenti siamo sul mercato perché offriamo una risorsa strategica per lo sviluppo: l'intelligenza.

La “vendiamo” ad imprese, enti pubblici, terzo settore. In modo trasparente e tracciabile: emettendo fatture e pagando le tasse. Siamo contribuenti di serie A, ma cittadini di serie B. Siamo la categoria sottoposta al prelievo previdenziale più alto, ma abbiamo una prospettiva pensionistica di povertà. Non abbiamo parità di diritti su aspetti fondamentali: maternità e paternità, malattia e disoccupazione, certezza del diritto.

In questi anni si è sentito spesso parlare di «Equo compenso» in modo da riconoscere a freelance e collaboratori autonomi il diritto a essere retribuiti dignitosamente.

Alcuni anni fa è finalmente arrivata una legge per la dignità del lavoro decoroso, un riconoscimento per l'area del giornalismo negato. In teoria la Fieg e gli editori non avrebbero più potuto sottrarsi a doveri di giustizia sociale e retributiva e alla verifica di accordi quadro. Con la legge sull'equo compenso – approvata il 4 dicembre 2012 e in vigore dal 18 gennaio 2013 - per i giornalisti freelance e collaboratori autonomi cade un muro, quello innalzato dalla gran parte degli editori italiani, che si opponevano a considerare il lavoro autonomo meritevole di giusti trattamenti economici e obblighi sociali.

La legge non risolverà tutto, ma nessuna azienda potrà più permettersi di ignorare che un freelance o un collaboratore sia un lavoratore che dev'essere pagato il giusto e immediatamente. Non si potrà più dire che si tratta di «imprenditori di loro stessi» per attuare volgari forme di sfruttamento. Questo purtroppo sulla carta perché – ahimè – finora non ci sono stati significativi cambiamenti.