



Nella fase di consultazione pubblica:

<https://informazioneeditoria.gov.it/it/notizie/prima-fase-degli-stati-general-dellinformazione-e-delleditoria-consultazione-online-per-la-raccolta-di-idee-e-proposte/>

Il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria ha fornito una "gabbia concettuale", uno schema preciso a cui rifarsi per avanzare le proposte inerenti la riforma del settore editoriale.

Questo lo schema:

AREA 1 - INFORMAZIONE PRIMARIA

Agenzie: Proposte di riforma del sistema dell'informazione primaria, del ruolo delle agenzie nel sistema informativo del Paese Italia.

AREA 2 - GIORNALISTI E ALTRI OPERATORI DEL SETTORE

Libertà: Proposte relative alla garanzia di libertà e indipendenza del giornalista/giornalismo;

Contratti e Compenso: Revisione dei contratti di lavoro, identificazione di un equo compenso;

Sistema Pensionistico: Proposte relative alla cassa di previdenza dei giornalisti;

Ordine dei giornalisti: Ruolo dell'ordine dei giornalisti e relativo albo, proposte alternative al sistema attuale o superamento;

Deontologia: Quali meccanismi implementare per ristabilire la "reputazione, credibilità e autorevolezza" del giornalismo;

Inquadramento nel sistema editoriale di Traduttori, Fotoreporter, Videoreporter, Social media manager, Fotografi, blogger ed altri soggetti: "Nuovi" lavoratori ad alta professionalità che sono a pieno diritto operatori dell'informazione e della comunicazione e che integrano o superano il concetto di "essere giornalista".

AREA 3 - EDITORIA

Sostegno al pluralismo: Quali strategie adottare per sostenere la nascita e la sostenibilità di attività editoriali in una logica di mercato a rischio fallimento;

Assetto societario/proprietario: Prospettive nel ruolo di editore puro;

Diritto d'autore: Come remunerare le opere editoriali nello scenario attuale digitalizzato e immateriale;

Distribuzione: Come rendere efficiente il sistema distributivo italiano per la carta stampata e prodotti fisici;

Stampa, tipografie e poligrafici: Come sostenere il mondo della carta stampata e dei suoi addetti in una "realtà" ormai "digitale";

Rete di vendita: Come valorizzare, integrare, strutturare l'attuale e futuro sistema.

AREA 4 - MERCATO

Innovazione: Come sviluppare e sfruttare l'innovazione nel sistema editoriale;

Concorrenza: Quali regole per una reale concorrenza;

Trasparenza: Come garantire la trasparenza sul funzionamento nel mercato editoriale, come rendere agevole capire i proprietari delle testate e il peso economico di investitori pubblicitari nei media;

Semplificazione: Quali regole inserire o rimuovere per agevolare l'iniziativa editoriale;

Raccolta pubblicitaria: Ruolo di Centri media, agenzie e multinazionali del web, sistemi di rilevazione "audi", tutela e garanzia degli investitori pubblicitari.

AREA 5 - CITTADINI

Diritto ad essere (correttamente) informati: Si amplia il tema della deontologia professionale del giornalista;

Sostegno alla domanda: Ampliamento di modalità ed entità di contributo a sostegno della crescente domanda di informazione da parte dei cittadini;

Interazione, coinvolgimento ed integrazione: Il cittadino come parte attiva del sistema editoriale in Italia, valorizzazione del ruolo di "produttore di notizie", verificatore ("debunker"), commentatore e di qualsiasi tipo di interazione col sistema mediatico

Tutela target sensibili: Analizzare lo stato dell'arte in merito alla tutela di cluster e target sensibili quali minori, donne, disabilità, intesi sia come soggetti destinatari di un'informazione adeguata (nello specifico per i minori) sia come soggetti raccontati dai mass media, necessitando particolari attenzioni semantiche e lessicali;

Privacy: Modalità di gestione dei dati e delle informazioni personali, con particolare attenzione ad utilizzo, tutela e divulgazione da parte dei media.