

# Il Solo Journalist

# Brand Personale e Modelli di Business per Giornalisti

Webinar di formazione continua – 3 ore, 3 moduli

Modulo 1: Mindset & Posizionamento · Modulo 2: Tecnologia & Stack · Modulo 3: Business & Revenue



# Mappa del Percorso



## Modulo 1 — Ora 1

Mindset & Posizionamento —  
Ecosistema in crisi, nicchia, personal  
brand, inbound marketing per giornalisti



## Modulo 2 — Ora 2

Tecnologia & Stack — IA come co-pilota,  
newsletter, social, automazione vs  
autenticità, stack minimo



## Modulo 3 — Ora 3

Business & Revenue — Casi studio reali,  
6 revenue streams, acquisizione iscritti,  
setup fiscale (ATECO, forfettario, INPGI)



# La Fiducia nei Media è ai Minimi Storici — E Si è Personalizzata

Edelman Trust Barometer 2025

## 40%

Fiducia globale media

Popolazione mondiale che si fida dei media.

Fonte: Edelman Trust Barometer 2025

## 52

Trust index media Italia

In crescita di 4 punti rispetto all'anno precedente.

Fonte: Edelman Trust Barometer 2025 – Italy Report

## 15%

Quota publisher

Degli introiti pubblicitari digitali in Italia va ai publisher (85% a Google/Meta).

Fonte: Reuters Institute Digital News Report 2024

Il crollo della fiducia nei media tradizionali non è un fenomeno ciclico legato a singoli scandali. È una trasformazione strutturale del rapporto tra pubblico e informazione.

### La fiducia si personalizza

Le persone non si fidano più delle testate, ma delle firme. Il giornalista diventa il brand.

### Il vuoto crea opportunità

Dove i media istituzionali perdono credibilità, chi costruisce una voce autentica e riconoscibile guadagna terreno.

### La relazione diretta vince

Newsletter, podcast e community sostituiscono la mediazione editoriale con un rapporto uno-a-uno.

La fiducia si è **personalizzata**: non nell'istituzione, nella persona.

📌 Il crollo non è ciclico. È strutturale. E apre una finestra enorme.

# Perché i Media Hanno Perso Autorità

Le 5 cause strutturali

1

## Perdita di indipendenza percepita

Interessi editoriali visibili e conflitti di interesse. *Fonte: [Edelman Trust Barometer 2025](#)*

2

## Omologazione dei contenuti

Tutti dicono la stessa cosa, nessuno si distingue

3

## Scandali editoriali

Credibilità erosa dall'interno con disinformazione

4

## Velocità vs. accuratezza

La gara al click ha distrutto la qualità

5

## Distanza dai lettori

Nessuna relazione diretta, nessun dialogo

# Il Paradosso dell'Abbondanza Informativa

"Siamo nell'era dell'abbondanza di informazione e della carestia di senso"

5.6B

Smartphone connessi

nel mondo, sempre online

7M+

Articoli al giorno

pubblicati ogni giorno nel  
mondo (stima)

Il lettore non sa a chi credere, non sa cosa è vero. La quantità non compete con la qualità. La **relazione** sì.

Il nuovo problema non è trovare informazioni. È trovare informazioni di cui **fidarsi**.

# Il Doppio Crollo: Pubblicità e Traffico

Il revenue model tradizionale è sotto attacco da entrambi i lati

Secondo il *MAGNA Global Ad Forecast* (dicembre 2024), il trio formato da Google, Meta e Amazon detiene il 51% dei ricavi pubblicitari globali nel 2024.

## Duopolio digitale

Google/Meta controlla il **70%** della pubblicità digitale globale

## Crollo ricavi

Dal picco del 2007, ricavi pubblicitari media tradizionali: **-60%**

## Google Search

**-25/40%** di click ai siti media nel 2024 vs. 2023

## Zero-click search

Oltre il **60%** delle ricerche non genera un click

📌 Il modello "audience → pubblicità → revenue" non funziona più

Fonte: [MAGNA Global Ad Forecast, dicembre 2024](#)

# L'AI Mode di Google: Il Nuovo Portiere

Come funziona e perché è devastante per i media



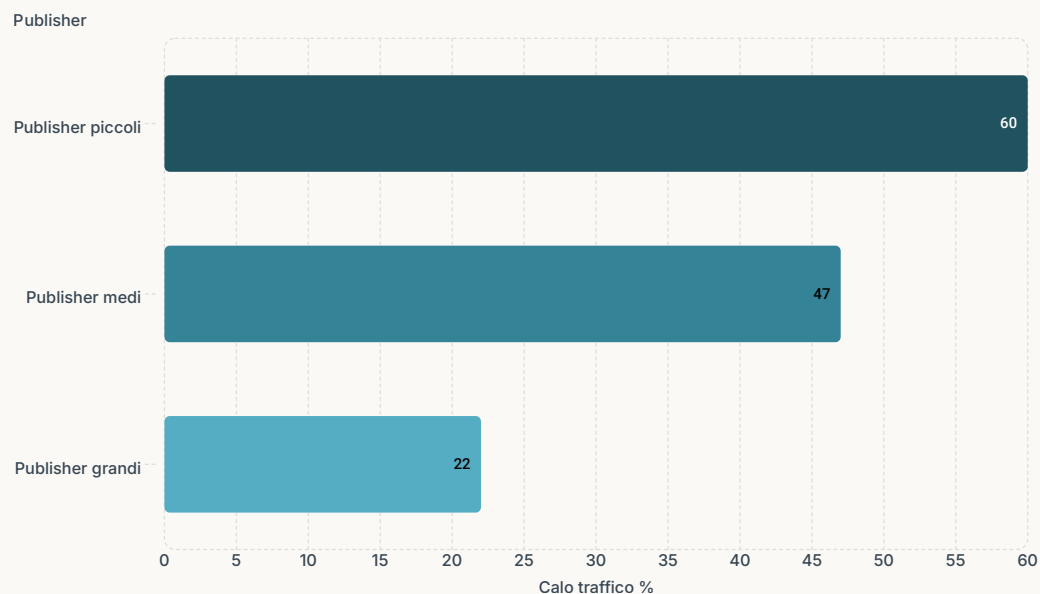
Per le query informazionali: **oltre l'80% zero click** nel 2024. Il contenuto dei giornalisti alimenta il sistema che li esclude.

## Fonti:

- AI Mode collegati a calo del 25% del traffico referral ai publisher – [Digiday / Digital Content Next, agosto 2025](#)
- I chatbot AI rappresentano meno dell'1% del traffico referral ai publisher – [Chartbeat / Axios, marzo 2026](#)

# Quanto Stanno Perdendo i Publisher

I numeri del danno reale



Calo del traffico da Google Search nell'ultimo anno per categoria di publisher. I chatbot AI compensano meno dell'1% del traffico perso.

📄 Impatto economico stimato: **miliardi di euro** di mancati ricavi per l'editoria europea. Alcune testate hanno già chiuso. Altre stanno valutando.

Fonte: [Chartbeat / Axios, marzo 2026](#)

# I Media vs. l'IA: La Battaglia Legale

La guerra del copyright è aperta

Dicembre 2023

Il [New York Times ha citato in giudizio OpenAI e Microsoft](#) per violazione del copyright su milioni di articoli.

**Italia**

La FIEG porta il caso all'AGCM contro i modelli generativi per tutelare il diritto d'autore.

2024-2025

Le Monde, Der Spiegel, Axel Springer avviano cause o accordi. Ad aprile 2025, il giudice ha respinto parte della mozione di archiviazione di OpenAI; il caso resta in corso.

Il paradosso irrisolvibile: i contenuti dei media hanno addestrato chi li sta uccidendo. Chi vince legalmente, perde comunque la battaglia del traffico.

Fonti: [Reuters \(aprile 2025\)](#), [Global Law Today \(giugno 2025\)](#).



# Chi Vince Davvero in Questa Guerra

La mappa dei vincitori e perdenti

## ✗ Perdono

Siti di news generalisti

Publisher display-dependent

Redazioni large-format

**Digital Trends**: ha perso il 97% del traffico da Google e ha licenziato quasi tutto lo staff nel 2025.

## ✓ Vincono

Newsletter dirette

Podcast con community

Solo journalist con relazione 1:1

Media con paywall forte e nicchia definita

📌 La variabile discriminante non è la dimensione. È il **tipo di relazione con il lettore**.

Fonti: [Chartbeat / Axios, marzo 2026](#); [Reuters Institute Digital News Report 2024](#).

# Il Paradosso Esistenziale dei Media

"I media producono contenuti che addestrano i modelli IA che li rendono obsoleti"

## Battaglia del traffico organico

I media hanno già perso – l'AI Overview domina le SERP

## Battaglia del copyright

I media stanno perdendo – le cause legali procedono lentamente

## Velocità di produzione

I media non possono competere con l'AI sui contenuti commodity

**Conclusion:** devono competere sul terreno dove l'AI non può vincere – la relazione umana autentica



# Il Crollo dei Newsroom: I Dati Occupazionali

Una professione che cambia forma radicalmente

**-26%**

**Newsroom USA**

Giornalisti nei newsroom USA calati tra 2008 e 2020 (**Fonte: [Pew Research Center](#)**)

**50%**

**Redazioni locali UK**

Metà delle redazioni locali chiuse tra 2005 e 2024 (Dato stimato da Press Gazette / NMA)

**-35%**

**Italia**

Giornalisti assunti negli ultimi 10 anni (dato stimato, FNSI/OdG)

Crescita delle **"news deserts"**: zone geografiche senza copertura giornalistica. La professione non sparisce. Cambia struttura radicalmente.

---

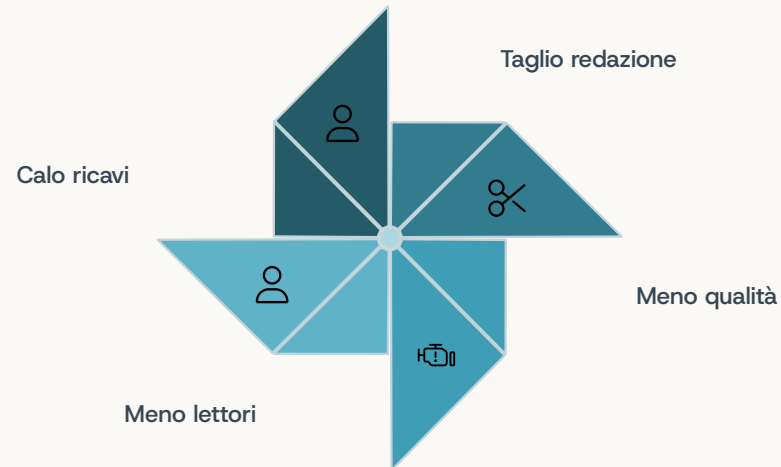
**Aggiornamento recente:** Gennaio 2025: oltre 900 licenziamenti in UK e USA in un solo mese – **Fonte: [Editor & Publisher / Press Gazette, marzo 2025](#)**

# La Risposta Sbagliata vs. La Risposta Giusta

Due strategie a confronto

**✗ SBAGLIATA**

Il circolo vizioso



**✓ GIUSTA**

Il modello che resiste

Identità editoriale forte

Community in relazione diretta

Revenue diversificate

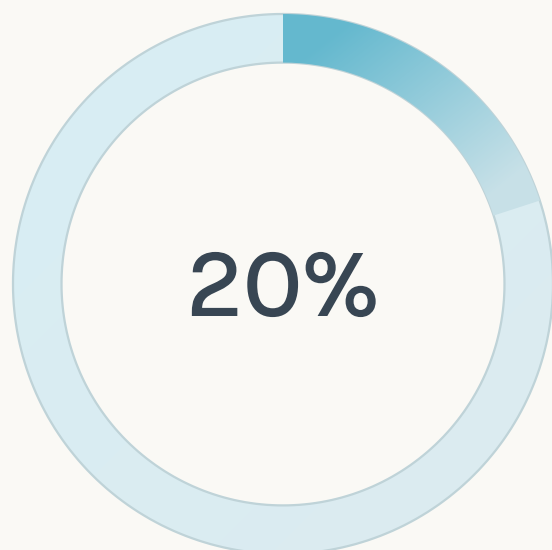
Meno contenuto, più valore

I media che resistono: **The Athletic** | **Tortoise Media** | **De Correspondent** | **Il Post**

# I Lettori Fedeli Esistono. E Sono Preziosi.

## Il principio di Pareto applicato al giornalismo

Il principio di Pareto (legge 80/20) applicato al giornalismo: i lettori più fedeli generano la quota maggiore di valore economico e di engagement. Si tratta di un principio generale di management ed economia, non di un dato statistico univoco per il settore, ma riflette una dinamica di crescente importanza per i media moderni.



**Lettori fedeli**

genera l'80% del valore economico

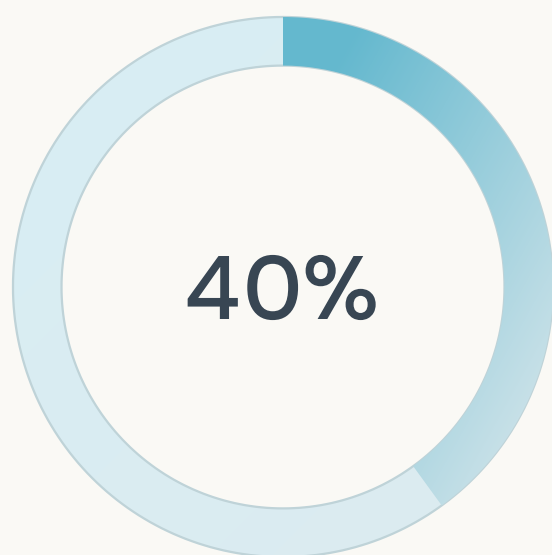
# 50x

**Valore abbonato**

Un lettore in abbonamento vale 10-50x un lettore da traffico organico

Secondo il [Reuters Institute Digital News Report 2024](#), solo una minoranza di lettori paga per le news online, ma questi abbonati rappresentano la fonte di revenue più stabile per i publisher.

"Meglio essere la voce di riferimento per 5.000 persone che una delle voci nel rumore per 500.000"



**Open rate newsletter**

vs. il 2% del traffico da social

ing your automated

21%

17%

17%

45%

o see next in  
n?

future innovations, let us  
rested to include within

ctionality →

ons →

How often are you  
& transactional em

Every week →

Every month →

Every year →

Not as often as we should

What would you like  
your Litmus integr

We want to hear from you! As we  
know what elements you'd like  
your Litmus integration:



Advanced email test

17% of votes



Accessibility checks

20% of votes



Email personalization

21% of votes

# I Nuovi Gatekeepers dell'Informazione

Chi controlla l'accesso alle notizie oggi



## Algoritmi Google e Meta

Sempre meno affidabili per i media – cambiano le regole senza preavviso



## AI Overview e ChatGPT Search

Sempre più dominanti e incontrastati – rispondono senza rimandare ai siti



## Newsletter

Ultimo baluardo del controllo diretto della distribuzione – senza intermediari



## Podcast

Secondo canale a controllo diretto – relazione auditiva profonda con l'audience



La newsletter è l'unico canale dove il giornalista controlla completamente la distribuzione, **senza intermediari algoritmici**

# La Personalità: L'Unico Asset Non Replicabile dall'IA

Cosa può e non può fare l'intelligenza artificiale

## L'IA PUÒ FARE ✓

- Aggregare notizie
- Sintetizzare documenti
- Produrre contenuti commodity

## L'IA NON PUÒ FARE ✗

- Avere un punto di vista autentico
- Costruire una relazione di fiducia personale
- Essere responsabile davanti a una community
- Avere una storia e una credibilità costruita nel tempo

"La tua firma è il tuo brand. Il tuo brand è il tuo business."

# Perché Alcune Voci Sopravvivono Dove le Redazioni Cedono

Il ponte verso il modello che resiste

I solo journalist non dipendono dall'ecosistema che sta crollando.

Non dipendono dal traffico  
Google

La loro distribuzione è diretta, via email  
e podcast

Non dipendono dalla pubblicità  
display

Il loro modello economico è basato  
sulla community

Non dipendono da una  
redazione

Sono autonomi, agili, indipendenti  
editorialmente

📌 Dipendono da **una sola cosa**: la fiducia della loro audience. → **MODULO 2: Anatomia del Modello che Resiste**



TRANSIZIONE

## Il Solo Journalist

# Anatomia di una Rivoluzione Silenziosa

Abbiamo analizzato il contesto e definito il posizionamento. Ora la domanda è: con quali strumenti costruisci concretamente la tua media company da solo?

Un professionista dell'informazione che ha trasformato la propria firma in un medium autonomo, costruendo un'audience diretta, una community fedele e un modello economico indipendente.

# Chi è il Solo Journalist?

## Una definizione operativa

"Un professionista dell'informazione che ha trasformato la propria firma in un medium autonomo, costruendo un'audience diretta, una community fedele e un modello economico indipendente"



Autonomia



Relazione diretta



Brand personale



Modello economico proprio



Indipendenza editoriale totale

📄 Non è un blogger. Non è un influencer. È un **editore di se stesso**.

# Il Solo Journalist Non è un Blogger

## 5 differenze strutturali

1

### Credenziali giornalistiche

Rigore metodologico verificabile e formazione professionale

2

### Modello economico esplicito

Non solo display advertising – revenue diversificate e strutturate

3

### Community attiva

Audience partecipante vs. audience passiva che consuma e sparisce

4

### Contenuto come prodotto

Non solo contenuto gratuito – valore percepito e monetizzabile

5

### Strategia editoriale

Vs. pubblicazione episodica e casuale senza direzione

# I 5 Pilastri del Solo Journalist

L'anatomia del modello



## NICCHIA

Expertise riconoscibile e difendibile nel tempo



## VOCE

Punto di vista unico e consistente – la firma come garanzia



## CANALE

Newsletter e/o podcast come backbone della distribuzione diretta



## COMMUNITY

Relazione diretta e bidirezionale con i lettori



## BUSINESS

Revenue diversificate e scalabili – mai dipendere da un solo flusso

# Community vs. Audience: La Differenza che Conta

Due parole, due mondi

## AUDIENCE

Ti segue passivamente

Riceve e consuma

Abbandona quando trova qualcosa di meglio

"Un'audience consuma. Una community costruisce."

## COMMUNITY

Ti conosce e interagisce

Co-crea e difende il tuo lavoro

Rimane nel tempo con fedeltà

La newsletter è il backbone. La community è il motore. La fiducia è il carburante.

# Come si Costruisce una Community Fedele

5 principi operativi provati



---

## Coerenza

Pubblica con cadenza fissa, senza eccezioni – la fiducia nasce dalla prevedibilità



---

## Unicità

Il contenuto che solo tu puoi creare, con quel punto di vista specifico



---

## Interazione

Rispondere sempre ai lettori, almeno nei primi 12 mesi



---

## Trasparenza

Mostrare il dietro le quinte del lavoro giornalistico



---

## Riconoscimento

Valorizzare i membri più fedeli, nominarli, coinvolgerli

# Personal Brand & Inbound Marketing per Giornalisti

Farsi trovare, non inseguire

## Il Personal Brand

### Asset strategico

Non è replicabile dall'IA: reputazione, riconoscibilità e autorevolezza si costruiscono nel tempo

### Differenziazione

Ti rende distinguibile in un mercato saturo di contenuti generici

### Credibilità

Fa pesare di più il tuo punto di vista e le tue inchieste

## Inbound Marketing per il giornalismo

Creare contenuti che attraggono lettori qualificati invece di rincorrere traffico generico. La logica è semplice: farsi trovare nel momento giusto con contenuti utili, di nicchia e riconoscibili.

### ATTRAI

Contenuto di nicchia che risponde a domande specifiche: SEO, newsletter, social

### CONVERTI

Trasforma i lettori in iscritti con lead magnet, free tier e call to action chiare

### FIDELIZZA

Community, abbonamenti e relazione diretta per costruire un legame duraturo

"Il personal branding non è un atto di vanità. È uno strumento di sopravvivenza e differenziazione." – Dora Carapellese, Ordine dei Giornalisti Emilia Romagna, 2025

Fonte: [doracarapellese.it/blog/personal-branding-per-giornalisti-perche-oggi-e-fondamentale-per-la-tua-carriera](https://doracarapellese.it/blog/personal-branding-per-giornalisti-perche-oggi-e-fondamentale-per-la-tua-carriera)



Frame TV An

# Il Momento del Solo Journalism in Italia

Opportunità strutturali da cogliere ora

## -37%

Copie vendute

Calo copie giornali in Italia 2019-2023 – il mercato si sposta al digitale

Il mercato delle newsletter è ancora **immaturo**: pochi player, alto potenziale first-mover. La penetrazione di Substack in Italia è ancora bassa rispetto a UK, USA, Germania. Inoltre, i publisher italiani ricevono solo il 15% degli introiti pubblicitari digitali, poiché l'85% è assorbito da Google e Meta.

[Fonte: Reuters Institute Digital News Report 2024 – Italy.](#)

## Top Nicchie in Italia

Alfabetizzazione IA

Economia personale

Europaffare

Sostenibilità

Cultura digitale

Salute

Diritto e privacy

# I Rischi Reali del Solo Journalism

Senza romanticismo

## Dipendenza da una sola persona

Burn-out, malattia, crisi creativa – sei il prodotto e il punto di rottura

## Revenue variabile

La subscription può calare – serve riserva di 6 mesi di operatività

## Isolamento professionale

Nessuna redazione = nessun network interno, nessun collega

## Scalabilità difficile

Crescere senza perdere l'autenticità è la sfida più grande

## Vulnerabilità reputazionale

Sei il prodotto, sei anche il punto di rottura in caso di crisi

📄 **Strategia di mitigazione:** diversificazione revenue + team virtuale + riserva finanziaria

TRANSIZIONE


# Da Analista a Protagonista

## Il ponte verso il Modulo 3

Abbiamo analizzato il contesto (Modulo 1) e costruito lo stack tecnologico (Modulo 2). Ora la domanda è: come trasformi tutto questo in un modello di business sostenibile?

Come lo costruisci, concretamente?

Dal punto di vista amministrativo, fiscale, tecnologico, strategico.

 → **MODULO 3: La Guida Operativa**

## Business & Revenue

# Da voce editoriale a impresa individuale

Avere una nicchia e uno stack non basta. Serve un modello di business. In questa ora analizziamo casi reali di solo journalist di successo, le strategie di diversificazione delle entrate e il setup fiscale e amministrativo per operare in modo professionale e sostenibile.

- Casi studio verificati: italiani e internazionali
- Le 6 revenue streams del solo journalist
- Come generare revenue da subito (anche con pochi iscritti)
- Setup fiscale: ATECO, regime forfettario, INPGI

# Francesco Oggiano — Digital Journalism

Il modello della nicchia verticale professionale

## CHI

Giornalista freelance, ex Vanity Fair, collaboratore Will Media, professore di Digital Journalism alla IULM

## COSA

Newsletter "Digital Journalism" — ogni giovedì racconta come il digitale cambia informazione, creatività e trend. Oltre 35.000 iscritti su Substack, open rate +63%

## MODELLO

Newsletter gratuita con sponsorizzazioni brand + eventi + consulenza a media e aziende

## Numeri chiave

35K+

Iscritti Substack

63%

Open rate

## La lezione

Ha costruito un'identità editoriale riconoscibile nel mondo dei professionisti digitali italiani. La newsletter è gratuita ma genera revenue da sponsorizzazioni selezionate.

"La nicchia non ti limita. Ti rende indispensabile."

Fonte: [fraoggiano.substack.com](https://fraoggiano.substack.com) e [fraoggiano.com/la-newsletter/](https://fraoggiano.com/la-newsletter/)



# Matteo Gracis

Il giornalismo come pratica di comunità

## CHI

Giornalista, fondatore de L'Indipendente e autore

## COSA

Costruzione di un'audience fedele tramite contenuti diretti e relazione costante

## MODELLO

Community building e revenue diretta basata sul sostegno dei lettori

## Numeri chiave

**136K+**

Iscritti al canale Telegram

Fonte: canale Telegram @matteograxis (dati pubblici)

"La fiducia costruita con costanza nel tempo è l'asset più difendibile"

## Nota di contesto

Figura controversa nel panorama dell'informazione italiana: utile come caso studio di community building, non necessariamente come modello editoriale. Nel 2024, il Quirinale ha smentito pubblicamente un suo post riguardante il Presidente Mattarella e il caso Ustica, definendolo falso.

# Lorenzo Tosa & Selvaggia Lucarelli

Due modelli italiani, due lezioni complementari

CASO IT

Lorenzo Tosa — Social Journalism

## 600K+ FB / 118...

Follower

Analisi e commento delle notizie in formato social diretto

Il giornalismo di qualità trova una platea di massa senza redazione. Terza pagina Facebook personale più seguita in Italia tra i giornalisti.

Fonte: [Giornalettismo / Primaonline](#)

"La semplicità del formato non è semplicità del contenuto"

CASO IT

Selvaggia Lucarelli — Il Nome come Medium

## 207K+

Iscritti Substack

Newsletter #1 in cultura su Substack

Il suo nome è diventato sinonimo di giornalismo preciso, coraggioso, scomodo.

**Modello:** column + social + libri + collaborazioni selezionate

Fonte: [substack.com](#), [Open Online](#), [maggio 2025](#)

"Non ha bisogno di presentarsi. È già il brand."

CASO INT

# Ben Thompson — Stratechery

Il modello di massima sostenibilità

Fondato nel 2013, è il modello di riferimento per il giornalismo analitico a pagamento — ha ispirato la creazione di Substack.

## Ricavi...

\$3M+

Stima 2020, [Business Insider](#)

## Paesi

80+

Abbonati in oltre 80 paesi nel mondo ([Fonte: stratechery.com](#))

### CHI

Analista tech, ex Microsoft, ex Apple

### COSA

Newsletter di analisi della tech industry, solo a pagamento — zero pubblicità

### MODELLO

100% subscription — nessun compromesso editoriale

"Stratechery non è una newsletter. È un'istituzione dell'analisi tech."

# Casey Newton & Joe Rogan

Due estremi del personal media internazionale

CASO INT

## Casey Newton — Platformer

Ex The Verge, newsletter di breaking news su Big Tech. Ha lasciato Substack nel 2024 per indipendenza editoriale totale ([Fonte: The Verge, 2024](#)).

CASO INT

## Joe Rogan — The JRE

**\$250M**

Rinnovo Spotify

[Fonte: Variety, 2024](#)

**11M+**

Ascoltatori/episodio

(stima Edison Research, 2023)

Non ha redazione, non ha editore, non ha algoritmo. Ha fiducia.

📌 Lezione comune: il nome come medium è scalabile **senza limiti istituzionali**

# Cosa Hanno in Comune Tutti i Casi di Successo

Il denominatore comune



## Nicchia riconoscibile e difendibile

Non cambiano settore per inseguire i trend del momento



## Voce autentica e consistente

Non cambiano registro per il trend del momento



## Relazione diretta con la community

Costruita nel tempo, non comprata con la pubblicità



## Modello economico indipendente

Non dipendente dalla pubblicità display



## Pazienza di costruire prima di monetizzare

Il sistema viene prima del successo

"Non hanno avuto successo perché erano famosi. Sono diventati famosi perché avevano un sistema."

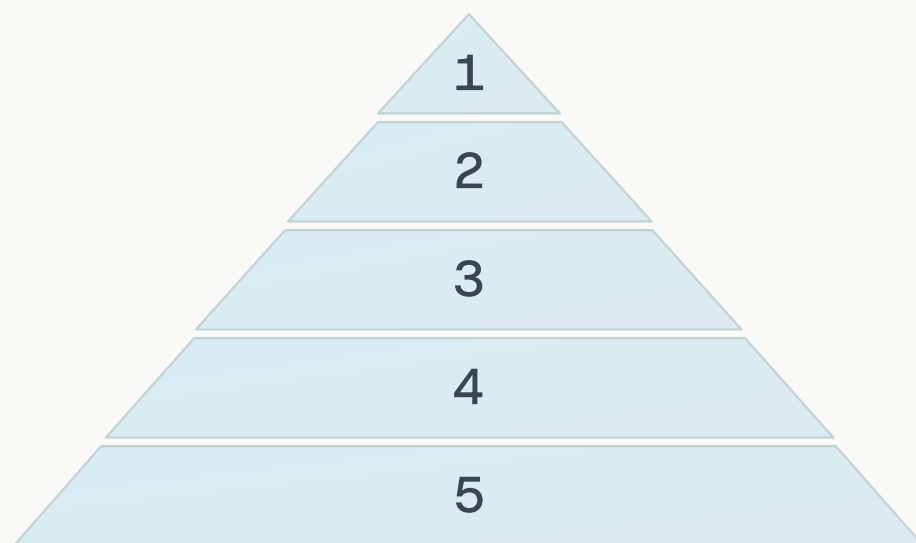
---

### Fonti:

- Casi studio verificati: Ben Thompson ([stratechery.com](https://stratechery.com)), Casey Newton ([platformer.news](https://platformer.news)), Francesco Oggiano ([fraoggiano.substack.com](https://fraoggiano.substack.com)), Selvaggia Lucarelli ([selvaggialucarelli.substack.com](https://selvaggialucarelli.substack.com))
- Per l'analisi del fenomeno newsletter: [Nieman Lab, Harvard](#)
- [Reuters Institute Digital News Report 2024](#)

# Il Modello di Monetizzazione e le 6 Revenue Streams

Come guadagna il solo journalist



- 1 Libri, corsi, licensing
- 2 Consulenza / Advisory
- 3 Membership premium
- 4 Subscription newsletter
- 5 Contenuto gratuito

## Le 6 Revenue Streams

Newsletter subscription

Membership

Eventi e webinar

Brand deals selezionati

Consulenza a brand e istituzioni

Licensing e syndication

**Regola:** nessuna revenue stream deve superare il 40% del totale

---

**Dato rilevante:** Su Substack, i creator nel quartile superiore guadagnano oltre \$16.000/anno; il guadagno mediano annuo è circa \$4.000. *Fonte:* [key-g.com/blog/substack-user-and-revenue-statistics-2025](https://key-g.com/blog/substack-user-and-revenue-statistics-2025)

**Fonti:** [Substack Statistics 2025 – Really Good Business Ideas](#)

# Come Generare Revenue da Subito

Non aspettare di avere 10.000 iscritti



**0-100 iscritti**

Servizi di consulenza diretta – la newsletter è il tuo portfolio. Collaborazioni pagate con brand della nicchia.



**500 iscritti**

Lancia il tier a pagamento (€7-12/mese). Primo webinar a pagamento (€29-49).



**1000 iscritti**

Corsi online (€99-499). Advisory/retainer con aziende della nicchia.



Il primo euro dalla community è il più importante. **Dimostra che il modello funziona.**

# Come Acquisire i Primi 1000 Iscritti Fedeli

Le 6 strategie provate

1

## Network personale

Prima edizione ai tuoi contatti → target 200 iscritti immediati

2

## Guest posts

Su newsletter più grandi della tua nicchia

3

## Collaborazioni

Con altri solo journalist – swap di audience reciproco

4

## Contenuto forte

Su LinkedIn o X su un tema divisivo della tua nicchia

5

## Webinar gratuiti

Per costruire lista prima del lancio ufficiale

6

## Apparizioni su podcast

Della tua nicchia come ospite esperto

📅 **Timeline realistica:** 6-12 mesi per i primi 1000 iscritti organici fedeli

## Fonti e Approfondimenti:

- Il concetto dei "1000 True Fans" è stato teorizzato da Kevin Kelly (Wired) nel 2008 e rimane un riferimento fondamentale per la creator economy – Fonte: [kk.org/thetechnium/1000-true-fans/](https://www.kk.org/thetechnium/1000-true-fans/)
- Dati sulla crescita del mercato delle newsletter – Fonte: [Reuters Institute Digital News Report 2024](#)

# Setup Fiscale: Il Giornalista Libero Professionista

Codici ATECO, regime fiscale e previdenza

## I Codici ATECO

### ATECO 90.11.01 — "Attività dei giornalisti indipendenti"

Per giornalisti freelance che pubblicano contenuti su testate terze. Coefficiente di redditività: 67%. Introdotto con ATECO 2025, sostituisce il vecchio 90.03.01.

### ATECO 58.19.00 — "Altre attività editoriali (contenuti digitali)"

Per chi crea e pubblica contenuti digitali propri: newsletter, blog, testi, analisi. Include esplicitamente i 'creatori di contenuti anche digitali (esclusi video)'. Coefficiente di redditività: 67%.

## Regime Fiscale Consigliato

### Regime Forfettario (fino a €85.000/anno)

- Imposta sostitutiva: 15% (5% per i primi 5 anni se start-up)
- Nessuna IVA in fattura
- Contabilità semplificata
- Tasse calcolate sul 67% dei compensi (coefficiente ATECO 90.11.01)

📄 Esempio: €35.000 di compensi → imponibile €23.450 → imposta €3.517 (al 15%)

# Previdenza & Gestione Fiscale

INPGI, fatturazione e obblighi del giornalista autonomo

## Previdenza: INPGI Gestione Separata

I giornalisti liberi professionisti iscritti all'Ordine versano i contributi all'INPGI (Istituto Nazionale di Previdenza dei Giornalisti Italiani) – Gestione Separata.

# 12%

Contributo soggettivo sul  
reddito netto (  
14% oltre €24.000)

# 4%

Contributo integrativo sul  
reddito lordo (rivalsa sul  
committente)

- Scadenze 2025: versamento entro il 31 luglio – comunicazione reddituale entro il 30 settembre

Fonte: [INPGI, Circolare n. 2 del 10 febbraio 2025](#)

## Il Content Creator Giornalista: Quale ATECO?

Se produci contenuti digitali propri (newsletter, podcast, video) e non solo per testate terze, potresti avere più codici ATECO. Ecco la mappa:

### Newsletter/blog senza video

ATECO 58.19.00 (Altre attività editoriali)

### Video YouTube/TikTok

ATECO 59.11.00 (Produzione di filmati)

### Newsletter, blog, testi digitali propri

ATECO 58.19.00 (Altre attività editoriali – include esplicitamente i creatori di contenuti digitali, esclusi video)

### Articoli per testate

ATECO 90.11.01 (Giornalisti indipendenti)

- ⚠️ **Attenzione:** la scelta del codice ATECO influisce sul coefficiente di redditività e sulla cassa previdenziale. Consulta sempre un commercialista specializzato in professionisti digitali.

Fonte: [codiceateco2025.it, marzo 2026](#)

# La Roadmap in 5 Fasi

Dal primo giorno al modello a regime



# Il Piano 30-60-90 Giorni

Dall'intenzione all'azione concreta

## Primi 30 Giorni

- Definisci la nicchia con il metodo delle 3 intersezioni
- Apri partita IVA e scegli la piattaforma
- Scrivi le prime 3 edizioni
- Costruisci lista pre-lancio di almeno 50 contatti

## Giorni 31-60

- Lancia pubblicamente la newsletter
- Pubblica con cadenza settimanale fissa
- Costruisci presenza su 1 solo social
- Raccogli e analizza i feedback della community

## Giorni 61-90

- Analizza le performance con dati reali
- Lancia primo prodotto/servizio a pagamento
- Pianifica primo webinar
- Stabilisci KPI per i prossimi 6 mesi

# Le Prime 5 Azioni Concrete da Domani Mattina

Basta pianificare. Inizia.

## 1 SCRIVI la tua "founder's story"

Perché stai facendo questo, per chi, con quale punto di vista – 30 minuti di lavoro

## 2 REGISTRA il dominio del tuo nome o brand

Il tuo nome o il tuo brand newsletter – solo €15 di investimento

## 3 APRI un account Beehiiv o Substack

È gratuito, fallo oggi stesso – nessuna scusa

## 4 IMPORTA i tuoi 50 contatti più rilevanti

Prima lista, primo passo concreto verso la tua community

## 5 SCRIVI la prima edizione

Mandala entro 7 giorni dalla fine di questo webinar – senza eccezioni

"Il solo journalist non si pianifica. Si comincia."

# Risorse per Continuare il Percorso

Lecture, community, strumenti e prossimi passi

## Newsletter da Seguire

[Think](#) – Francesco  
Oggiano

[Stratechery](#) – Ben  
Thompson

[Platformer](#) – Casey  
Newton

[Vale Tutto](#) – Selvaggia  
Lucarelli

[Nieman Lab](#) – Harvard

## Community

Newsletter Operators

Giornalisti Freelance Italia

Substack Writers

## Formazione

Substack Academy

Beehiiv University


## Report Essenziali

[Reuters Digital News  
Report 2024](#)

[Edelman Trust  
Barometer 2025](#)

## Prossimi Passi

Continua il percorso con i nostri programmi formativi dedicati al solo journalism e alla costruzione di newsletter professionali.

 Contatta il formatore per percorsi personalizzati e consulenze individuali

# L'Editore di Te Stesso: Il Manifesto

Perché questo è il modello del futuro

"Nell'era in cui i grandi media cedono terreno all'IA e agli algoritmi, la cosa più coraggiosa che un giornalista possa fare è diventare il proprio editore."

**Non vuol dire lavorare di più**

Vuol dire lavorare con un'intenzione più chiara e una direzione definita

**Non vuol dire avere tutte le risorse**

Vuol dire usare quelle disponibili con strategia e intelligenza

**Non vuol dire essere soli**

Vuol dire costruire la propria community di riferimento nel tempo

L'editore di te stesso non è un ripiego. **È il modello del futuro.**

# Trovare la Tua Nicchia: Il Primo Passo

Il diagramma di Venn del solo journalist

## Expertise

Cosa sai fare meglio di chiunque altro: competenze, stile, sensibilità editoriale e punto di vista unico.

## Domanda

Di cosa ha bisogno il mercato: temi rilevanti, storie utili e spazi editoriali ancora scoperti.

## Valore economico

Per cosa le persone sono disposte a pagare: attenzione, fiducia, risultati e capacità di generare opportunità.

📌 **La nicchia vincente** nasce nell'intersezione tra **expertise, domanda e valore economico**: non basta essere bravi, bisogna essere utili e riconosciuti.

## Francesco Oggiano

Media digitale + giornalismo + community professionale: un posizionamento chiaro su innovazione, linguaggio e relazione con il pubblico.

## Selvaggia Lucarelli

Cronaca giudiziaria + opinion + cultura pop: una voce distintiva che unisce approfondimento, analisi e capacità di attraversare più conversazioni.

# La Configurazione Amministrativa e Fiscale

La struttura giuridica consigliata

## Partita IVA individuale

Non SRL, almeno all'inizio – struttura semplice e flessibile

## Regime forfettario

Aliquota flat al **15%** (5% per i primi 5 anni se nuovo contribuente), nessuna IVA sotto €85.000

## Ordine dei Giornalisti

Iscrizione necessaria per tutele e credibilità professionale

## Casagit

Assistenza sanitaria integrativa per giornalisti


## Codici ATECO

**90.03.09**

Creazioni letterarie

**85.59.20**

Formazione

 Consulta un commercialista specializzato in freelance creativi prima di partire

# La Gestione Fiscale Mese per Mese

## Checklist operativa



### Registro fatture emesse

Anche elettroniche obbligatorie – tieni tutto in ordine



### Contributi INPS trimestrali

Versamento: maggio, agosto, novembre, febbraio



### Accantonamento fiscale

Tenere da parte il **25-30%** di ogni incasso ricevuto

## Spese deducibili

Software e abbonamenti

Corsi e libri

Connessione internet

Home office  
proporzionale

## Tool consigliati

Fatture in Cloud | Fiscozen | HelloFranchi



**Break-even:** 30 abbonati a €5/mese coprono tutti i costi operativi mensili

# Tecnologia & Stack

Lo stack minimo per gestire una media company da soli

Non serve un team. Serve lo stack giusto. In questa ora vediamo quali strumenti usare per ricerca, produzione, distribuzione e analisi – e dove l'IA aiuta davvero e dove invece rischia di omologare la tua voce.

Principio guida: automazione per i processi ripetitivi, autenticità per la voce editoriale.



## Ricerca e fact-checking

Velocità senza perdere accuratezza



## Produzione e ottimizzazione

Dallo schema al draft al multi-formato



## Distribuzione e SEO

Adattare un contenuto a 5 formati in 10 minuti



## Analisi dell'audience

Capire cosa funziona davvero nei tuoi dati



# AI per la Ricerca, il Fact-Checking e la Produzione

Lo stack di lavoro aumentato

## Stack di Ricerca

**Perplexity Pro** – ricerca web con fonti citate

**Claude** – analisi documenti lunghi

**Elicit** – paper scientifici e ricerca accademica

## Stack di Produzione

AI per outline alternativi

A/B test delle headline

Riscrittura multi-formato

Controllo tono e coerenza

## Workflow tipo



Brief

Ricerca

Verifica

Struttura

Scrittura

"L'AI è il tuo stagista geniale. Tu sei il direttore responsabile."

# AI per la Distribuzione e l'Analisi dell'Audience

Dal contenuto ai dati, in loop



## Metriche che Contano

Open rate

>40%

Click rate

>5%

Churn

<2%/mese

Revenue/subscriber

>€5/mese

# Lo Stack Tecnologico del Solo Journalist

Tutto quello che ti serve, niente di più



## Pubblicazione

Substack / Beehiiv / Ghost



## Scrittura

Notion / Craft / Obsidian



## Ricerca

Perplexity + Feedly + Readwise



## AI Assistants

Claude Pro + ChatGPT Plus



## Analytics

Beehiiv Analytics + Google Analytics



## Pagamenti

Stripe (integrato nelle piattaforme)



## Community

Slack / Discord / Circle



**Costo mensile stimato per partire: €100-200/mese tutto incluso**

# Scegliere il Formato e la Piattaforma

La matrice decisionale per il solo journalist



## NEWSLETTER

Pro: ownership del pubblico, zero algoritmo, monetizzazione diretta

Contro: crescita più lenta, richiede costanza

Adatta a: analisi, approfondimento, nicchie professionali

- **Substack**
- **Beehiiv**
- **Ghost**



## PODCAST

Pro: fidelizzazione alta, formato intimo, facile da consumare

Contro: produzione più complessa, discovery difficile

Adatta a: interviste, storytelling, community



## SOCIAL

Pro: discovery rapida, viralità possibile

Contro: dipendenza dall'algoritmo, nessuna ownership

Adatta a: top-of-funnel, costruzione awareness

- **LinkedIn**
- **Instagram**
- **X/Twitter**



## VIDEO / YOUTUBE

Pro: SEO potente, monetizzazione AdSense

Contro: produzione costosa, concorrenza alta

Adatta a: tutorial, documentari, format visivi

📌 **La scelta non è esclusiva. Il modello vincente usa 1 formato primario + 1-2 canali di distribuzione.**

# Grazie

## Il giornalista come medium

La professione giornalistica non sta sparendo. Si sta trasformando. Chi saprà costruire una voce riconoscibile, una community fedele e un modello economico diretto sarà il giornalismo del futuro.

### Prossimi passi

1

Scegli la tua nicchia

Usa il diagramma di Venn per trovare l'incrocio tra competenza, interesse e domanda.

2

Apri la tua newsletter

Substack è gratis per iniziare: [substack.com](https://substack.com)

3

Regolarizza la tua posizione fiscale

ATECO 90.11.01 + regime forfettario

### Risorse principali

- [Reuters Institute Digital News Report 2024](#)
- [Edelman Trust Barometer 2025](#)
- [Nieman Lab](#)

### Domande e discussione aperta

- 📄 Contatti e risorse del formatore – il tuo percorso da editore di te stesso inizia oggi

