

## **Ufficio Stampa e relazioni con i media**

### **BREVE VADEMECUM**

L'opportunità di creare un Ufficio Stampa per instaurare una "finestra" di dialogo con i media e il pubblico in generale, si gioca principalmente su tre qualità fondamentali: **reputazione dell'organizzazione, professionalità degli addetti stampa e qualità dei contenuti**. Elementi questi imprescindibili per poter essere riconosciuti quali interlocutori credibili e affidabili con cui relazionarsi.

Ogni organizzazione sul territorio dovrebbe individuare fra i propri attivisti, chi ha maturato esperienza di ufficio stampa, in campo giornalistico e della comunicazione e del marketing. L'Ufficio Stampa veicola all'esterno identità e valori dell'Organizzazione; la sua attività è strategica in quanto determina e caratterizza l'immagine dell'organizzazione (anche lo stile della comunicazione è fondamentale) e la sua reputazione. È fondamentale, quindi, non improvvisare.

L'Ufficio Stampa può occuparsi di numerose attività per l'Organizzazione e alcune di queste potrebbero essere svolte anche da chi non ha maturato una competenza specifica nel settore; **rassegna stampa, organizzazione eventi**, gestione archivio contatti, condivisione materiale stampa su canali web e social, sono solo alcuni esempi di attività che possono essere messe in campo. Grafici, fotografi, operatori video, traduttori e chiunque abbia desiderio di dare una mano, può portare significativi contributi.

Creare un gruppo di lavoro affiatato con competenze diversificate, rappresenta certamente la situazione ideale: consente di coinvolgere anche chi non ha competenze specifiche nel campo, consente di condividere le attività di redazione (anche la correzione delle bozze è fondamentale) e le responsabilità e offre occasioni di confronto facendo nascere nuove idee.

#### **Alcuni suggerimenti utili:**

**Contatti stampa e media:** una delle primissime attività da svolgere è la creazione del database dei contatti (testate giornalistiche, radio, tv locali, singoli giornalisti, agenzie stampa, ecc.) e un'efficiente profilazione. Non tutte le comunicazioni vanno rivolte all'intero archivio dei contatti; la pertinenza è indice di un lavoro accurato e professionale ed è fondamentale per instaurare una proficua relazione con gli interlocutori. Una volta creato l'archivio dei contatti, potrebbe essere utile inviare una breve presentazione dell'Organizzazione e le informazioni di contatto (creare un indirizzo e-mail US dedicato), chiedendo l'autorizzazione all'invio di Comunicati Stampa o altro materiale stampa. La stessa testata

#### **Sede Legale**

via Pio Schinetti,  
40  
47922 Rimini (RN)  
ITALIA

#### **Corrispondenza**

Casella Postale 7 - Ufficio Postale Rimini  
2  
47900 Rimini - ITALIA  
[www.comilva.org](http://www.comilva.org)  
[informazioni@comilva.org](mailto:informazioni@comilva.org)

#### **Codice Fiscale:** 91128880407

**Conto Corrente Postale** N. 9103203,  
Intestato ad Associazione **COMILVA**  
Registro Regionale Volontariato atto iscrizione provinciale n. 1233 del 23.06.2014  
**IBAN** IT 34H07601 13200 000009103203

giornalistica potrebbe avere necessità di contattare l'Ufficio Stampa, ad esempio per proporre un'intervista a un portavoce dell'Organizzazione.

**Redazione:** Saper scrivere bene, purtroppo, non è sufficiente per redigere buon materiale stampa. La notizia e in generale il contenuto deve essere utile e interessante per il nostro interlocutore e deve essere redatto con uno stile giornalistico. È preferibile utilizzare parole neutre, né familiari, né scherzose, né letterarie. I periodi sono semplici, accurati e non contengono errori (fare attenzione anche ai refusi). Testo ben spezzato non solo dalla punteggiatura, ma anche da frequenti andate a capo. Frasi brevi, evitando orpelli linguistici, avverbi, aggettivi superflui, inutili descrizioni. Fare sempre molta attenzione alla privacy, soprattutto se si riportano opinioni di terze persone. Riportare sempre informazioni corrette, verificabili e inconfutabili e citare sempre le fonti. Arricchire il testo con link di approfondimento.

L'esposizione deve essere adattata al tipo di media a cui è indirizzata (stampa, radio, tv).

Gli elementi dell'esposizione del Comunicato Stampa e in generale della notizia su cui fare particolarmente attenzione sono:

- **Il titolo vero e proprio** che indica in modo sintetico l'argomento. Può essere costruito su due modelli: enunciativo (freddo) che espone il fatto o paradigmatico (caldo) che commenta il fatto e punta sull'emotività. Si può scrivere anche tutto in maiuscolo.
- **Il sottotitolo** (sulla carta stampata è inserito sopra il titolo ed è definito **occhiello**) che introduce e presenta la notizia, argomentando in maniera più esaustiva il titolo stesso.
- **Il sommario** (sulla carta stampata è situato sotto il titolo e ha il compito di chiarire la notizia, fornendo, anche su più righe, ulteriori indicazioni riguardo l'argomento) nel CS prende la forma di un breve **abstract**, in cui riportare luogo e data e una sintesi molto chiara e incisiva del comunicato, facendo riferimento alle 5 W (chi/che cosa, quando, dove, come, perché). Solitamente le parole chiave sono evidenziate in grassetto.

Questi tre elementi sono determinanti: chi si occupa della lettura dei comunicati, spesso non va oltre a queste prime informazioni: la notizia si deve leggere a colpo d'occhio (v. esempi in calce al documento).

- **Il corpo del comunicato** che espande le cinque W e riporta tutte le informazioni aggiuntive che danno valore alla comunicazione.

Nel giornalismo si utilizza generalmente la **tecnica della piramide rovesciata**, che consiste nello scrivere tutte le informazioni più importanti all'inizio, per poi passare agli approfondimenti.

L'ultima parte del comunicato è la prima a essere tagliata in mancanza di tempo e/o spazio.

**Invio CS o altro materiale stampa:** la notizia deve essere corredata da tutto ciò che può essere utile al suo utilizzatore:

- Un sommario (abstract) ben fatto da inviare come testo del messaggio via e-mail con link alla cartella stampa appositamente predisposta (si possono utilizzare servizi quali dropbox, google

drive, ecc), elencandone il contenuto, evitando, così, di inviare una mail con tanti allegati e con file di grandi dimensioni.

- Cartella stampa:
  - Un buon testo da cui poter attingere anche con un semplice copia e incolla (file in formato testo)
  - Logo, immagini e altro materiale a corredo (fare attenzione a non violare diritti di copyright e la privacy). La presenza di immagini è sempre molto apprezzata; per il giornalista avere a disposizione immagini di qualità, senza doverle reperire altrove, è un grande vantaggio. Le immagini e i loghi devono essere ottimizzati sia per la stampa, che per il web.

È importante che l'oggetto della mail non riporti un generico "comunicato stampa" o "segnalazione evento"; il giornalista non ha tempo da perdere e desidera capire subito se la notizia è di suo interesse.

È opportuno evitare l'invio di comunicazioni troppo ravvicinate nel tempo, se non davvero importanti, perché per chi riceve potrebbe risultare fastidioso e invadente, col rischio che le comunicazioni possano finire direttamente nel cestino. E nessuna frustrazione se non si riceve risposta...

**Creare propri canali di comunicazione:** come ben noto, i media non amano particolarmente le istanze free-vax, per cui non bisogna abbattersi se il materiale stampa non viene preso in considerazione. Per capitalizzare il lavoro svolto, si possono aprire canali web e social nei quali pubblicare il materiale prodotto: un blog, una pagina Facebook, ecc..

Un servizio utilissimo anche per gli aderenti all'Organizzazione, che a loro volta potranno contribuire alla diffusione e alla condivisione delle pubblicazioni e consentire all'Organizzazione una sempre maggiore visibilità, credibilità e reputazione.

**Con il tempo, un lavoro di qualità, viene apprezzato anche dai media e dalle istituzioni locali e non ci sarà da stupirsi trovandoli tra i followers dei canali.**

#### Sede Legale

via Pio Schinetti,  
40  
47922 Rimini (RN)  
ITALIA

#### Corrispondenza

Casella Postale 7 - Ufficio Postale Rimini  
2  
47900 Rimini - ITALIA  
[www.comilva.org](http://www.comilva.org)  
[informazioni@comilva.org](mailto:informazioni@comilva.org)

#### Codice Fiscale: 91128880407

**Conto Corrente Postale** N. 9103203,  
Intestato ad Associazione **COMILVA**  
Registro Regionale Volontariato atto iscrizione provinciale n. 1233 del 23.06.2014  
**IBAN** IT 34H07601 13200 000009103203



**COMILVA**

**Associazione COMILVA Onlus**

Coordinamento del Movimento Italiano per la Libertà di Vaccinazione

### Alcuni elementi dell'esposizione: Titolo, Sottotitolo (o Occhiello) e Sommario

1) **L'Occhiello presenta**, 2) **Il Titolo espone**, 3) **Il Sommario chiarisce**: una regola generale valida per qualunque testo giornalistico. Non sempre i tre elementi compaiono tutti insieme, in alcuni casi può mancare il Sommario, in altri l'Occhiello, in altri ancora, soprattutto se l'articolo è breve, il solo Titolo è ritenuto sufficiente.

Su carta stampata la regola è necessariamente più ferrea: il lettore sfoglia l'intero giornale, ma difficilmente legge tutti gli articoli; i tre elementi, presentando sinteticamente i pezzi, lo guidano nelle sue scelte di lettura.

**Parte male l'operazione che dovrebbe mettere in regola 27 mila minori a Torino**

## Flop vaccini, restano a casa due terzi dei bimbi prenotati

Su 351 ne arrivano solo 136 e alcuni genitori si presentano senza i figli

**Il popolo dei 'free vax' rilancia la battaglia**

*Dopo Miralfiore viene «Libertà, libertà». La festa diventa comizio anti-sistema*

**Genitori freevax vanno all'attacco: pretendono esami pre-vaccini gratis**

*Denunciato un clima di intimidazioni e minacce a danno dei medici* L'Ordine: un esempio per tutti. Consiglio di Stato: sì all'obbligo negli asili

**Radiato il primo medico anti-vaccini**

**LOBBY** Dalla visita della Lorenzin alla Casa Bianca (2014) ai soldi delle case farmaceutiche

## Gli Usa scelsero l'Italia come cavia per la grande crociata sui vaccini

■ Nel 2014, in America, il nostro ministro ottenne l'incarico di guidare per i successivi cinque anni le strategie di prevenzione dei Paesi aderenti al Global Health Security Agenda. Ma i dati

**L'appello**

## Free vax, marea arancione Parco Miralfiore sommerso

In 10mila provenienti da tutta Italia sono confluiti a Pesaro per protestare contro il decreto Lorenzin. Migliaia di famiglie con passeggini e bimbi al seguito. E si strizza l'occhio alla Lega e ai Cinque Stelle

Mamma e papà chiedono alle istituzioni maggiore interesse nei confronti di chi ha bisogno di tutto e soprattutto di pensare ad una casa-famiglia dove tenere questi ragazzi alla morte dei genitori

## Bimbi autistici dopo un vaccino

*Il calvario della famiglia Zecca e dei loro figli di otto anni. La diagnosi portò alla denuncia dell'Asl*

**"Eravamo in 40mila ma nessuno parla di noi. Ora vedrete". I free vax si preparano alla battaglia sul ddl vaccini**

I gruppi facebook, gli sms, il raduno di Pesaro e ora i cortei a Roma. Così l'Italia si spacca sull'argomento delle vaccinazioni obbligatorie

**Sede Legale**

via Pio Schinetti,  
40  
47922 Rimini (RN)  
ITALIA

**Corrispondenza**

Casella Postale 7 - Ufficio Postale Rimini  
2  
47900 Rimini - ITALIA  
[www.comilva.org](http://www.comilva.org)  
[informazioni@comilva.org](mailto:informazioni@comilva.org)

**Codice Fiscale:** 91128880407

**Conto Corrente Postale** N. 9103203,  
Intestato ad Associazione **COMILVA**  
Registro Regionale Volontariato atto iscrizione provinciale n. 1233 del 23.06.2014  
**IBAN** IT 34H076011320000009103203



ANSA.it > Marche > **Manifestazione 'no vax' domani a Pesaro**

## Manifestazione 'no vax' domani a Pesaro

Con Fusaro, Povia, Paragone. Comitati, 'sfiliamo anche a Parigi'

06/07/2017

### Comunicato Stampa:

8 luglio 2017 a Pesaro la Manifestazione Nazionale per Libertà di Scelta in campo vaccinale. Attese migliaia di persone provenienti da tutte le Regioni Italiane contro il Decreto Legge in discussione al Senato in questi giorni.

L'8 luglio 2017 dalle 17:30 alle 20:30 si terrà al Parco Miralfiore di Pesaro la manifestazione nazionale per la libertà di scelta in campo vaccinale. La giornata è organizzata dal Comitato Salute e Diritti di Pesaro, Colors Radio, Il Sentiero di Nicola, Auret, Comilva, Corvelva, Rav Hpv, Vaccinare Informati, Condav, associazioni unite nell'intento di far sentire la propria voce. Il decreto sui vaccini obbligatori per l'accesso agli asili nido, alle scuole materne e alla scuola dell'obbligo è in discussione in Senato in questi giorni, ma c'è una larga parte della popolazione fortemente contraria ad una misura tanto coercitiva e autoritaria.  
(...)



(ANSA) - PESARO, 7 LUG - Pesaro ospita domani una manifestazione nazionale per la "Libertà di scelta in campo vaccinale", in programma nel pomeriggio al Parco Miralfiore. La

la Repubblica GENOVA.it

## Genova, fiaccolata contro l'obbligo dei vaccini



(leoni)

Genova, 12/07/2017

### Comunicato stampa:

Giovedì 13 luglio, ore 20,30, giardini di Stazione Brignole  
**VACCINI OBBLIGATORI: CORTEO CON FIACCOLATA PER LA LIBERTÀ DI SCELTA**

*Le famiglie chiedono vaccini puliti, profilassi personalizzata e rispetto dei diritti umani*

Giovedì 13 luglio, alle ore 20,30 scenderanno in piazza genitori ed associazioni provenienti da tutta la Liguria per dare vita a un corteo con fiaccolata a sostegno della libertà di scelta in campo vaccinale. Il corteo partirà dai giardini di Stazione Brignole e, muovendosi lungo il centro città, giungerà a Porto Antico.  
(...)

Diverse centinaia di persone hanno manifestato questa sera a Genova contro l'obbligo di vaccinare i propri figli stabilito dal governo e per difendere il diritto alla libertà di scelta. Una spettacolare fiaccolata è partita dai giardini della stazione Brignole e si è diretta al Porto Antico attraversando le vie del centro città. Hanno partecipato tante famiglie con i bambini e sono stati esposti tanti striscioni per chiedere di modificare il

### Sede Legale

via Pio Schinetti,  
40  
47922 Rimini (RN)  
ITALIA

### Corrispondenza

Casella Postale 7 - Ufficio Postale Rimini  
2  
47900 Rimini - ITALIA  
[www.comilva.org](http://www.comilva.org)  
[informazioni@comilva.org](mailto:informazioni@comilva.org)

Codice Fiscale: 91128880407

Conto Corrente Postale N. 9103203,  
Intestato ad Associazione **COMILVA**  
Registro Regionale Volontariato atto iscrizione provinciale n. 1233 del 23.06.2014  
IBAN IT 34H076011320000009103203