



Consigli per la redazione di un comunicato stampa

Perché redigere un comunicato stampa?

Ogni giorno in Svizzera si scrivono e si inviano centinaia di comunicati stampa, di cui solo una minima parte viene ripresa dai media, raggiungendo così un pubblico più ampio. Prima di redigere un comunicato stampa, ponetevi quindi le seguenti domande:

- Questo tema riguarda o tocca molte persone? A chi potrebbe interessare?
- Ha conseguenze di vasta portata per gli abitanti e le imprese del vostro Comune?
- Avete qualcosa di nuovo o di inusuale da comunicare?
- Quali media potrebbero essere interessati al vostro messaggio? Fate una selezione.

Con un comunicato stampa potete trasmettere ai media locali e regionali informazioni importanti su progetti, proposte ed eventi che riguardano il vostro Comune. Il comunicato stampa attira l'attenzione sul messaggio in modo rapido ed efficiente.

Consigli per la scrittura

Titolo: deve essere breve (non più di una riga), incisivo e suscitare curiosità.

Lead: il lead consiste in due o tre frasi in cui riassume i messaggi principali del comunicato stampa e spiegate brevemente (3-5 righe) ai lettori di cosa si tratta. La regola delle W presa in prestito dal mondo anglosassone fornisce un buon orientamento: Chi? Cosa? Quando? Dove? Come? E Perché?

Testo principale: nel corpo del testo potete approfondire l'argomento del vostro comunicato. Ricordatevi che le informazioni più importanti sono contenute nel primo paragrafo, mentre l'importanza diminuisce a ogni paragrafo successivo. Considerata la gran quantità di comunicati stampa ricevuti, i professionisti dei media devono riuscire a farsi un'idea dell'argomento in tempi rapidi. Di norma un comunicato stampa non dovrebbe superare una pagina.

Stile: formulate frasi brevi, concrete e comprensibili. Discorso diretto e citazioni alleggeriscono il testo del comunicato. In questi casi fate comunque attenzione a riportare esattamente la denominazione della persona citata (cognome, nome, funzione, società) e a ottenere il suo consenso.

Attenzione:

- privilegiate le frasi in forma attiva anziché passiva;
- utilizzate verbi anziché sostantivi o aggettivi;
- privilegiate l'uso di termini ed espressioni in italiano ed evitate l'uso di una lingua straniera
- facoltativo: fate degli esempi per rendere i messaggi più comprensibili.

Immagini / citazioni: verificate diritti d'autore (copyright) e fonti di citazioni, foto e video, controllate immagini e didascalie.

Dati di contatto: al termine del comunicato stampa, indicate i dati di contatto (nome, funzione, indirizzo e-mail, numero di telefono). Assicuratevi che la persona da contattare sia raggiungibile dopo l'invio del comunicato stampa. Poiché i media desiderano pubblicare le novità in tempi rapidi, dovete essere tempestivi nel rispondere alle loro richieste.

Attenzione:

- se rilasciate un'intervista, fatevi mandare il testo con le vostre dichiarazioni per la verifica; rinviatelo il vostro commento immediatamente, poiché in teoria i media possono pubblicare solo dopo aver ricevuto il vostro consenso;
- pensate a quali messaggi chiave volete trasmettere prima dell'intervista.