



# LA COMUNICAZIONE EFFICACE

## PRESENTAZIONE DEL PROPRIO BUSINESS E CAPACITA' RELAZIONALI

a cura di

**ANDREA CATALDO**

*Catania , 21 Aprile 2022*

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# La comunicazione efficace

## L'ufficio stampa...

... è la struttura preposta alla gestione dei rapporti con i media ⇨ Organizza le informazioni da e per i media, gli opinion leader e gli opinion makers.

*“La visibilità di un’azienda va gestita professionalmente”*

Può essere:

Interno

Esterno



# *“Comunicare e far comunicare l’azienda”*

- Favorire l’azienda nel raggiungimento della sua mission e dei suoi obiettivi istituzionali
- Rafforzare il prestigio
- Aumentare l’influenza
- Costruire un’immagine positiva dell’organizzazione
- Consolidarla con il passare del tempo
- Favorire l’incremento del business



# Compiti strategici

- **Garantire** una comunicazione **coerente** con gli obiettivi dell'azienda
- **Selezionare e filtrare** il flusso di informazioni da veicolare all'esterno
- **Costruire** un rapporto produttivo con i giornalisti
- **Definire** ed elaborare temi che possono essere associati all'organizzazione



## Il rapporto con i media si basa ...

- sulla professionalità e sulla conoscenza degli strumenti di comunicazione
- sulle relazioni personali

Professionalità

Trasparenza

Obiettività

Tempestività

# La Notizia. Compiti operativi

- **Individuare** gli avvenimenti che possono fare notizia
- **Stabilire** il ciclo di vita di una notizia
- **Tradurre** la notizia in “informazione”
- **Programmare** la sua diffusione





# Principio etici di un buon Ufficio Stampa

Essere fonte di informazione **AUTOREVOLE** e **CREDIBILE**

- Agendo lealmente
- Rendendosi disponibili e utili
- Evitando suppliche e critiche
- Non chiedendo **mai** di sopprimere una notizia



# Le competenze

- **Studiare** e catalogare i diversi mezzi
- Conoscere le **tecniche giornalistiche**
- **Individuare** i centri di informazione di maggior interesse
- **Scegliere e selezionare** i media da contattare
- **Conoscere** il lavoro delle redazioni



# Gli strumenti

La media list

Il comunicato stampa

La cartella stampa

La conferenza stampa

La rassegna stampa

L'intervista

Newsletter e altre iniziative editoriali e pubblicitarie

# La media list

- **Database** delle testate e dei giornalisti interessati e interessanti (Agenzie, quotidiani, radio, tv, settimanali, mensili).
- Contiene i dati personali e le informazioni relative agli interessi e alle redazioni di appartenenza
- Deve essere **costantemente aggiornata** (nomi dei referenti, testate nuove)
- Tenere sempre presente che ogni pubblicazione ha tempi e ritmi di lavoro differenti

Nome	Categoria	Canale Social Media	Tip. Social Media	Nome	Interesse in
3 Italia	Telecomunicazioni	Facebook	Social Network	Kati	Clacchi, Autenti
4mat	Automobilismo	YouTube, Twitter, Facebook	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
4Mat Roma	Automobilismo	YouTube	Video / Movies / TV	Kati	Clacchi, Autenti
4Mat Roma	Automobilismo	YouTube, Facebook	Video	Kati	Clacchi, Autenti
4Mat Roma	Automobilismo	MySpace	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
Annali Mondadori Editore	Editoria	Grava Blog	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
Benebit	Moda	BenebitCat	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
Benebit	Moda	Facebook	Social Network	Kati	Clacchi, Autenti
Berti Sarah	Arredamenti	Berti Sarah Blog	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
Casa Nuova Zeno	Giornale / Nuova	Home & Living	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
Casa Nuova Zeno	Giornale / Nuova	Facebook	Social Network	Kati	Clacchi, Autenti
Clavel	Automobilismo	Clavel Blog	Blog / Blogging	Kati	Clacchi, Autenti
Con Spa	Retail	ConSpa	Video / Movies / TV	Kati	Clacchi, Autenti
Con Spa	Retail	Facebook	Social Network	Kati	Clacchi, Autenti
Con Spa	Retail	ConSpaChannel	Video / Movies / TV	Kati	Clacchi, Autenti



# Il comunicato stampa

- Lunghezza massima: **1 cartella**
- La notizia nel lead : **5 W**
- Deve incuriosire innanzitutto il **giornalista** non il lettore
- Va diffuso **contemporaneamente** ai contatti
- **Carta intestata**
- **Riferimenti** in coda
- Firma **U.S.** e non personale
- Preferibilmente accompagnato da **foto e materiale informativo**
- Invio max **ore 15**



Sabato 23 maggio ore 9.30 - Centro Culturale Zo

**"PROMUOVIAMO L'ARCHITETTURA CONTEMPORANEA IN SICILIA"**

**Dal web a Catania: 11 giovani architetti a confronto**

11 domande per 11 architetti. Nasce da questa idea il nome del meeting sull'architettura contemporanea siciliana "11e11", che si terrà sabato 23 maggio, alle 9.30, presso il Centro culturale Zo di Catania (Piazza Asia, 2). L'idea nasce da un'intervista multipla condotta tra la pagine web di un blog in cui undici giovani architetti siciliani, hanno avviato un'indagine sul mondo dell'architettura siciliana dal punto di vista di chi, come loro, ha messo i primi passi nel mondo del lavoro, confrontando le proprie esperienze formative presso alcuni dei più noti studi d'Europa, e testimoniando la difficoltà di emergere nel contesto lavorativo italiano.

L'incontro - organizzato dalla Fondazione dell'Ordine, presieduta da Carlotta Restano, e dall'Associazione Culturale Spazi Contemporanei - presieduta da Giovanni D'Amico - nasce infatti nell'intento di capire perché in Sicilia non si realizza architettura contemporanea, e allo scopo di trovare le giuste direzioni per farlo.

Dallo scambio di domande e risposte "virtuali" sono nate allora proposte e obiettivi: affrontare le sfide del futuro promuovendo quelle forme di espressione artistica che possano costituire un superamento della tradizione; favorire l'occupazione delle nuove generazioni senza dover ricorrere sempre a gruppi consolidati con alti fatturati e professionisti provenienti dal mondo universitario; esercitare la professione in un ambito sovranazionale.

I cambiamenti nella cultura architettonica italiana saranno possibili grazie anche alla ricerca di identità nell'opera architettonica, all'evoluzione nell'uso dei materiali e nella comunicazione, evitando la tendenza all'omologazione.

L'evento è patrocinato dal Daeo, il Dipartimento di Architettura e Arte Contemporanea dell'Assessorato Regionale ai Beni Culturali; dalla Provincia Regionale di Catania e dal Comune di Catania, Assessorato ai Beni Culturali.

Per maggiori dettagli e per conoscere i profili degli undici architetti protagonisti è possibile consultare i siti web [www.undiciindici.wordpress.com](http://www.undiciindici.wordpress.com) e [www.spazicontemporanei.it](http://www.spazicontemporanei.it).

21 maggio 2009 U.S.

# L'ABC dell'addetto stampa

- **A – Accuratezza:** essere sicuri di ciò che si scrive, controllare le informazioni dalla fonte ufficiale, controllare le cifre, i dati, evitare errori di grammatica e di sintassi
- **B – Brevità:** concentrare il comunicato nel minor numero di parole, abolendo aggettivi e avverbi superflui.
- **C – Chiarezza:** parlare lo stesso linguaggio del lettore, ossia del giornalista, che a sua volta dovrà parlare quello dei lettori: facilitargli il compito vorrà dire migliorare il nostro risultato

# La cartella stampa

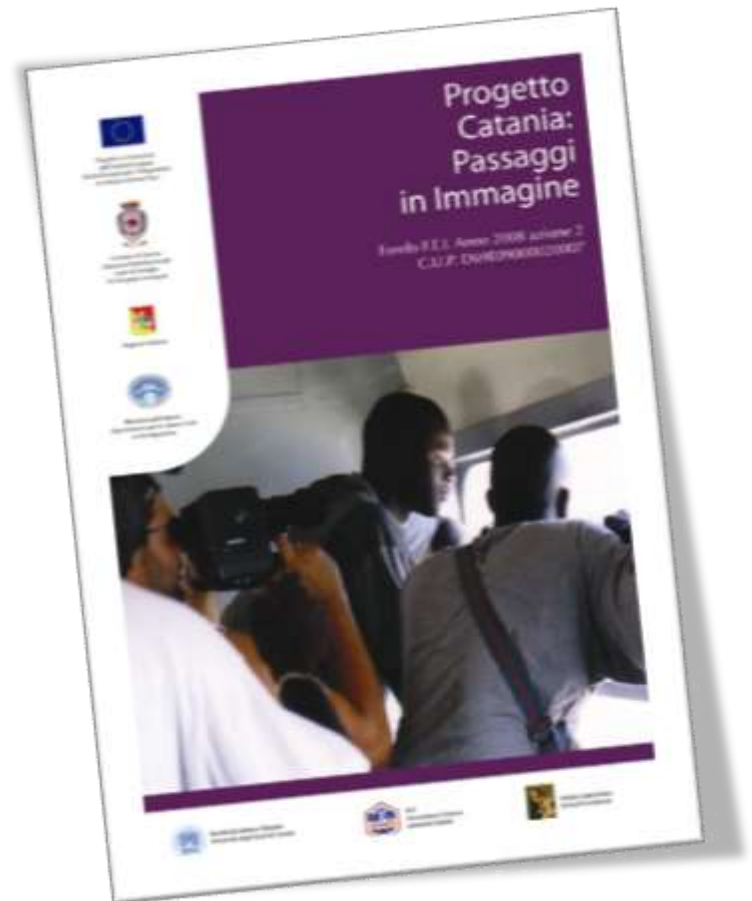
- Contiene il materiale informativo sull'evento e sull'azienda
- Deve essere:

**Completa**

**Esauriente**

**Stratificata**

**Ufficiale**



# La conferenza stampa

- Incontro tra relatori ed esponenti dell'organizzazione con un gruppo di giornalisti
- Obiettivo: divulgare una notizia di una certa rilevanza. Va indetta, infatti, solo quando è necessario
- È opportuna quando richiede spiegazioni dettagliate e approfondite, o può suscitare curiosità e interessa tali da essere soddisfatti con una serie di domande e risposte





# Step organizzativi per la conferenza stampa

- Scelta dei **relatori**, interni ed esterni
- Scelta della **sala**, preferibilmente istituzionale e facilmente raggiungibile
- Elenco dei **giornalisti** invitati per testate
- Inviti e **comunicato** di annuncio
- Preparazione della **cartella stampa**
- Controlli e **richiami** telefonici
- Sistemazione della sala, dotandola di tutte le **attrezzature necessarie**
- Eventuale **organizzazione logistica** (viaggi, alloggi, bevande, cibi)
- Invio dei **materiali** ai giornalisti non intervenuti
- Verifica dei **risultati** di pubblicazione della notizia

## La rassegna stampa

- Monitoraggio quotidiano delle testate (anche on line e radio-televisive) per temi di interesse



# L'intervista

- Può essere proposta dall'ufficio stampa o richiesta dal giornalista
- Deve essere valutata in base agli obiettivi da perseguire
- Si può proporre a diversi giornalisti, ma spesso l'intervista è esclusiva del singolo



# Newsletter aziendale

- Contiene tutte le informazioni della vita dell'azienda adottando una comunicazione personalizzata del brand
- Esprime e racconta la logica imprenditoriale
- Vero e proprio periodico digitale

