



Come realizzare un Comunicato Stampa

Il nostro Comunicato Stampa dovrà essere:

- 1 strumento**, non solo per la divulgazione dell'informazione ai tradizionali canali di diffusione, ma anche "news" e "pagina" dedicata con possibilità di crowdfunding per il nostro sito internet che è in costante aggiornamento e miglioramento;
- 2 informazione** per il blog dedicato ai service;
- 3 notizia** per i social media;
- 4 strumento informativo** per la redazione della nostra rivista nazionale;
- 5 informazione** per la Newsletter mensile del Multidistretto e per quelle distrettuali.

Ovviamente il testo del comunicato andrà di volta in volta adattato alle specifiche esigenze del canale scelto. Un *post* su Facebook o un *tweet* avranno necessità di un livello di sintesi assai maggiore che un articolo di giornale.

La struttura del Comunicato Stampa.

- Il **titolo** di un comunicato stampa non deve essere lungo, deve essere informativo, accattivante e va inserito nell'oggetto della mail per evidenziarne il contenuto.
- Il **sottotitolo** del comunicato stampa deve essere di 2/3 righe al massimo e completare la comprensione del titolo o contenere un micro-riassunto del comunicato con le informazioni basilari.
- Il **testo** del comunicato stampa deve contenere tutti i dati salienti della notizia: **Chi, Cosa, Dove, Quando, Come e Perché**. Va inserito nel corpo della mail per facilitarne la lettura. Non deve essere troppo lungo (**max 2.500 battute**).
- Alla fine del comunicato aggiungete **5 righe sulla nostra associazione**: rende la situazione più chiara e fornisce informazioni utili per un eventuale articolo da parte di giornalisti che non conoscono i Lions.
- **Inviare** il comunicato stampa **come semplice testo e non come allegato**. Se unite **foto (1 o 2 vanno bene**, possibilmente di buona qualità affinché siano pubblicabili e nel rispetto delle norme sulla Privacy), **inseritele in formato jpg e mai oltre 1 MB**.
- **Aggiungete** sempre **luogo, data, nome e cognome** alla fine di ogni comunicato stampa (la **firma** aggiunge un importante tocco di credibilità e di affidabilità alla notizia che state proponendo) e i vostri riferimenti: **indirizzo, telefono, email e incarico** Lions ricoperto.

I SÌ e i NO dell'informazione.

- SÌ** ai **testi brevi**, perché si leggono con piacere e in pochissimo tempo:
 - **perché** danno le necessarie informazioni, senza "fronzoli";
 - **perché** conquistano il lettore andando rapidamente al punto della questione;
 - **perché** non comprendono tutto ciò che è superfluo (per esempio: ristoranti, hotel, menu, frasi fatte, troppi avverbi e aggettivi, ecc.).
- SÌ** alla **breve cronaca dei service significativi**, ai riassunti degli incontri più importanti, alle **belle fotografie** (senza tavole imbandite) e a tutto ciò che vale la pena far conoscere ai soci e alla gente.
- NO** alla **rassegna dei presenti**, ai **titoli onorifici o accademici**, ai **"gentili consorti"**, alle varie elencazioni, ai particolari insignificanti, ai giri di parole larghi e pretenziosi, ai **ringraziamenti** e ai saluti.
- NO** anche a tutto ciò che è normalità per la nostra associazione: il **passaggio delle cariche** o del martelletto, la **charter**, **l'immissione di nuovi soci**, le feste degli auguri, le messe dei defunti, le gite sociali, l'assegnazione dei MJF, i necrologi, nonché le visite del Governatore.

E, per finire, 4 semplici consigli.

- 1** All'inizio di ogni comunicato inserite sempre la dicitura **"Comunicato Stampa"** per far capire che si tratta di una nota stampa e non di pubblicità o di normali email.
- 2** Alle foto aggiungete sempre le **didascalie** che ne descrivano, in breve, il contenuto.
- 3** Siate il più possibile semplici e chiari, usate un linguaggio scorrevole, con punti paragrafi e frasi corte, per rendere il comunicato stampa piacevole da leggere e facile da comprendere.
- 4** Scrivete il comunicato stampa come se fosse un articolo, così faciliterete il lavoro dei giornalisti e dei *blogger* che vorranno riprendere la vostra notizia.

Nella pagina successiva trovate un esempio di come costruire e impaginare il "vostro" Comunicato Stampa.