

Comunicati stampa: come scriverli e perché

Pubblicato: Venerdì 24 Maggio 2024



Quando si parla di **comunicato stampa** si fa riferimento a un testo predisposto da un ufficio stampa al fine di informare i terzi di un determinato evento, una novità oppure un cambiamento che interessa una determinata **organizzazione, pubblica o privata** che sia.

Il comunicato stampa, diversamente da altri metodi di comunicazione, ha lo scopo di **veicolare una determinata notizia in modo ufficiale** attraverso diversi canali di comunicazione ad esempio stampa, tv, radio, internet e così via.

In altre parole, l'**invio comunicati stampa** non può lasciare spazio a dubbi in merito alla **veridicità delle informazioni** in esso contenute.

Come scrivere un comunicato stampa?

Per **scrivere un comunicato stampa** è necessario seguire alcuni step:

- **definire il target:** il pubblico target dei comunicati stampa sono quelli finali, ma anche i giornalisti. Capita infatti spesso che i professionisti decidano di rielaborare nel loro stile il testo fornito, pertanto è cruciale comunicare in modo semplice e chiaro, ma al contempo professionale;
- **scegliere il titolo:** il titolo del comunicato stampa deve essere breve e conciso. È preferibile inserire la keyword, perché potrebbe essere pubblicato anche sulle testate online, e quindi è necessario favorire la visibilità sui motori di ricerca. Ad ogni modo, è essenziale che il titolo

faccia comprendere il contenuto del comunicato, e sia privo di punti interrogativi e giri di parole;

- **puntare sul lead:** l'attacco del comunicato stampa, chiamato "lead", non dovrebbe superare le quattro righe e le trenta parole. In questo spazio deve essere concentrata la notizia, poiché i giornalisti spesso si basano solo su questo spazio per decidere se pubblicare il comunicato o meno;
- **rispettare la regola delle 5 W:** nel comunicato bisogna rispondere alle 5 domande fondamentali: Chi? Cosa? Quando? Dove? Perché? Non bisogna rispettare un ordine, ma puntare sull'informazione più rilevante, ed eventualmente escludere le domande che potrebbero risultare superflue per la specifica notizia;
- **scrivere un corpo breve:** nel corpo è necessario inserire i dettagli più importanti della notizia, dividendo il testo in paragrafi. Questi ultimi, dovrebbero seguire un ordine di importanza. È bene ricordare, inoltre, che un comunicato stampa non è la trascrizione di un discorso, pertanto è meglio evitare il virgolettato;
- **inserire i recapiti alla fine:** un comunicato stampa va chiuso con una descrizione dell'azienda e i contatti: i numeri di telefono, il sito web, l'e-mail ed eventualmente anche gli account social.

Perché è importante a livello aziendale il comunicato stampa?

I **comunicati stampa**, oggi più che mai, sono importanti per le aziende, enti, personaggi pubblici, associazioni, partiti politici ecc. perché permettono di **comunicare la propria attività e le novità** che riguardano da vicino il proprio lavoro.

Attraverso la pubblicazione di un comunicato stampa, infatti, non è possibile solo **pubblicare informazioni** ma anche fornire eventuali **modifiche** o **precisazioni** riguardo ad altre notizie già diffuse ma non ufficiali. Si tratta, quindi, di uno strumento che ormai gioca un ruolo sempre più importante a livello aziendale e non solo.

Con riferimento alla realtà aziendale, i **comunicati stampa** spesso sono usati per creare una notizia che possa **raccontare** cosa fa in concreto l'azienda e perché dovrebbe essere importante per i giornalisti riportare tale notizia ai propri lettori, oppure, per **lanciare prodotti, sponsorizzare eventi** e molto altro ancora.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it