



Writing Press Release

Di Rosa Matteo – APRE

02 Dicembre 2014

Teramo

www.apre.it

© APRE 2013



Le due faccie del comunicato stampa

1. Contenuto

- non è cambiato nella sua essenza, è invece aumentato l'affollamento di informazioni

2. Distribuzione

- queste sono mutate grazie ai supporti elettronici, a internet e all'email.





Press Release: regole

- Gli elementi dietro un comunicato stampa di successo sono:
 - la notiziabilità del comunicato
 - la sensibilità giornalistica di chi lo scrive
 - la conoscenza delle regole di base di scrittura
 - l'immedesimazione con il lettore-giornalista e con il lettore finale.



A cosa serve?

- lanciare un nuovo prodotto
- promuovere nuovi settori di attività
- diffondere i dati finanziari (obbligatorio se l'azienda è quotata in Borsa)
- comunicare con l'esterno
- dialogare con gli stakeholder
- tutelare i propri diritti
- affermare che esiste...
- promuovere il rilancio di un settore
- dire la propria in un momento di crisi



Attività di comunicazione: press release

Inverted Pyramid Writing



La regola delle 5 **W** and **H**:

- **W**hat is interesting about this piece of research?
- **W**hy is it interesting?
- **W**ho made the discovery?
- **W**here did it happen?
- **W**hen did it happen?
- **H**ow did it happen?

In questo ordine!



Scientific paper

Struttura a piramide

- Sei parti principali:
- Abstract
- Introduzione
- Metodologia
- Risultati
- Discussione
- Conclusione





il creative brief: evitare l'inutile

- Qual è la notizia da comunicare
- Qual è l'obiettivo del comunicato
- Elenca il pubblico primario e secondario a cui si rivolge il comunicato
- Elenca i 3 messaggi chiave in ordine di priorità
- Quale potrà essere l'impatto sui clienti? E sul mercato?
- Ci sono documenti di supporto al testo?
- Quando sarà disponibile il prodotto?
- Quali terze parti (clienti, partner, analisti) sono coinvolte e vanno citate nel comunicato stampa?
- Chi e quante persone del top management rilasceranno dichiarazioni? E cosa diranno?
- Il nostro comunicato stampa potrebbe portare qualche controversia o rivolgere l'attenzione su qualche dato sensibile per il quale dobbiamo essere preparati a rispondere?



Lettori

- **il cliente o il responsabile interno** che deve approvarvi il testo
- **il giornalista** a cui lo invierete
- **il pubblico della testata** per la quale il giornalista scrive.





Come inviare la PR?

- via fax (può ancora capitare)
- via posta (è difficile)
- via email (è il modo più diffuso)
- tramite le agenzie di diffusione di comunicati stampa in rete
- tramite il sito web dell'azienda
- tramite il blog aziendale.



Layout: piccoli suggerimenti

- Utilizza il tuo logo per essere identificato
- Inserisci nel titolo “press release”
- Dai un titolo
- Inserisci il nome e il numero di telefono della persona di contatto nella 1° pagina (i contact details completi nella 2° pagina)
- Dai background information
- Cura le PR con I giornalisti a cui invii la PR



Attività di comunicazione: policy brief

Cosa dovrebbe fare un policy brief?

Introdurre
 gli elementi key policy-relevant

Spiegare
 il loro significato in un linguaggio base

Raccomandare
 una serie di azioni (dare un orientamento)

Il policy brief dovrebbe essere non lungo! (~ 8 pagini)

Evita:
 lunghe frasi (> 30 parole)
 complesse formule, parole ìgergalie footnotes



Attività di comunicazione: policy brief

1.
Introduzione

2.
Evidenze ed
analisi

3.
Raccomandazione
ai policy

4.
Parametri di
ricerca

5.
Project
identity

Attività di comunicazione: policy brief

Introduzione

Descrivi brevemente il problema sociale trattato.
 Inserisci le tue evidenze o le tue ipotesi rispetto l'argomento della ricerca. Le implicazioni politiche e le raccomandazioni del progetto.
 Benefici nell'agire.

Evidenze ed analisi

Sottolinea gli elementi chiave nel contesto politico
 Organizza il contenuto in blocchi tematici
 Includi grafici
 Evidenzia nuovi dati statistici

Raccomandazioni politiche

Essere quanto più specifico ed inequivocabile possibile
 Descrivi per chi sono le raccomandazioni
 Avere conclusioni solide con dati a supporto

Parametri di ricerca

Cosa - Come - Quando
 Dati quantitativi: numeri!

WATER POLICY BRIEF

Issue 30

Putting Research Knowledge into Action

Water implications of biofuel crops: understanding tradeoffs and identifying options

Biofuels are being touted as a solution to rising fuel prices, growing energy demands, and the need to curb emissions of greenhouse gases. Governments have good reasons for promoting biofuels. Yet, a headlong rush into growing biofuel crops will bring its own problems. Unless planned properly, biofuel crops are likely to escalate competition for water, especially in areas where it is already scarce.

New research shows what options policymakers have for making tradeoffs between biofuels and other uses of water. And, biofuel crops that give 'more crop per drop' lessen the negative impacts and boost the positive impacts.

Key findings

- The development of biofuels will have an impact on water, food, energy and the environment. How biofuels will affect these must be considered before going ahead.
- Globally, there is enough water to produce both food and biofuel. But, in countries where water is already scarce, like India and China, growing biofuel crops will aggravate existing problems.
- Producing one liter of ethanol from sugarcane takes nearly 3,500 liters of precious irrigation water in India, but just 90 liters of irrigation water in Brazil. In China, it takes 2,400 liters of irrigation for maize to yield a liter of ethanol.
- Certain biofuel crops, such as jatropha trees and sweet sorghum, are less likely to compete with food crops, use much less water, and have much less impact on food production and the environment than others.



Attività di comunicazione: social network

Una rete sociale (in inglese social network) consiste di un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale, ai rapporti di lavoro, ai vincoli familiari. Le reti sociali sono spesso usate come base di studi interculturali in sociologia e in antropologia

Da Wikipedia