



**Lions Clubs
International**



APPUNTI DI COMUNICAZIONE

2

Il comunicato stampa



A central graphic of a smartphone displaying a social media interface. The screen shows a profile picture, a name, and a bio. The phone is surrounded by various social media icons: blue thumbs-up icons, red hearts, and white speech bubbles with profile pictures. In the center of the phone's screen is the Lions Club logo, which features a yellow 'L' in a blue circle, surrounded by the text 'MULTIDISTRETTO 108 ITALY' and 'LIONS INTERNATIONAL'.

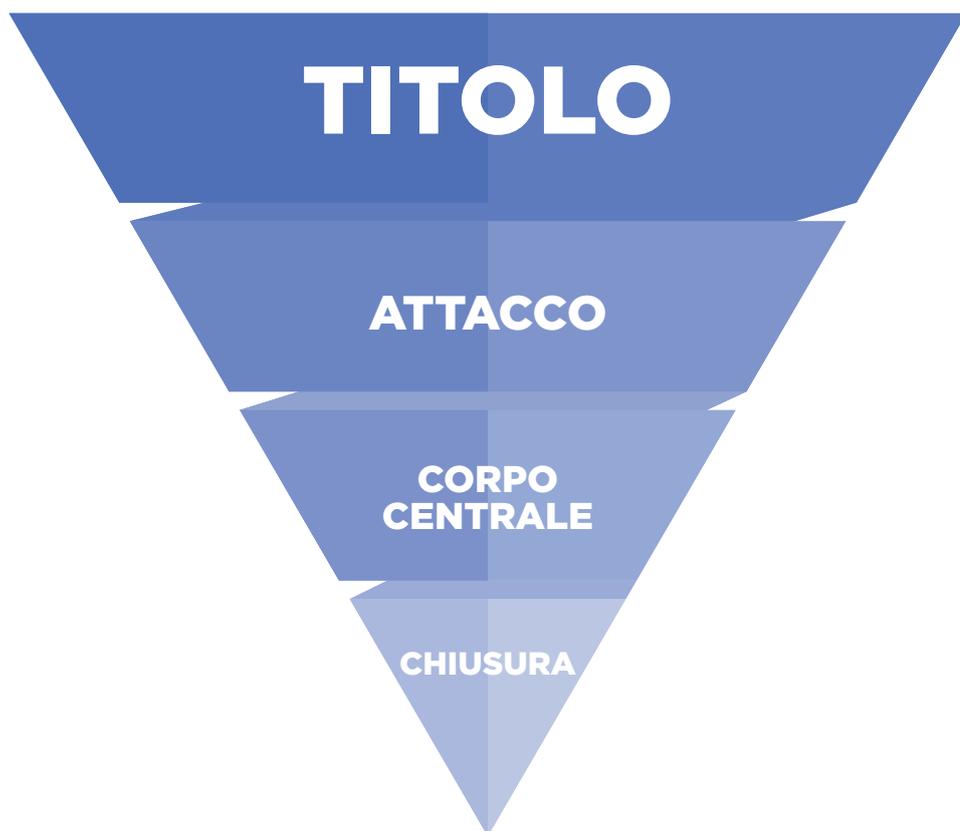
Segui e condividi i canali social Multidistretto

FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER
 lionsitaliamd108	 lions.italia	 md108italy

Il comunicato stampa è un documento istituzionale stilato al fine di comunicare una notizia importante e di qualità. Questo strumento è efficace quando viene redatto nel modo più professionale possibile, inutile o controproducente se utilizzato in modo scorretto.

Comprendere come si scrive un comunicato stampa è importante perché aiuta a preparare un testo che possa essere gradito ai giornalisti e, allo stesso tempo, interessare il lettore finale.

In genere, un comunicato stampa ha un'impostazione non molto differente rispetto a un normale articolo di giornale. La struttura maggiormente utilizzata nel corpo del testo è la *piramide rovesciata*.



Il comunicato stampa

Questa tecnica prevede che la notizia oggetto del comunicato stampa venga indicata per prima. Dunque, si parte dalla notizia principale per poi snocciolare, nel corso del comunicato, ulteriori dettagli.

La struttura del comunicato stampa

TITOLO

Deve essere breve e chiaro per trasmettere immediatamente il messaggio e incisivo per attirare l'attenzione, deve cogliere la sintesi del contenuto: i redattori a cui sono inviati i comunicati stampa ricevono una notevole quantità di materiale e spesso selezionano le fonti leggendo direttamente l'oggetto della mail e il titolo del comunicato.

Il titolo (unitamente alla data, nel caso di un evento) sarà anche il subject dell'email attraverso la quale invierete il comunicato, es.:

Lions club... / Diabete: screening gratuiti in piazza Verdi / 14.11.2021

ATTACCO

Il primo capoverso è la chiave di tutto il comunicato, deve riportare in un pensiero il riassunto dell'articolo; spesso i redattori sono costretti a operare dei tagli, se il nostro pezzo è strutturato in modo che l'attacco possa descrivere sinteticamente la notizia, saremo sicuri che questa arrivi ai lettori in modo corretto nonostante la brevità.

È utile seguire le stesse regole che si utilizzano nel giornalismo per scrivere un articolo; la tecnica delle 5W, di stampo anglosassone, può venire in nostro soccorso. Rispondendo a queste domande il nostro attacco — e in generale tutto il comunicato stampa — si scriverà praticamente da solo.

WHO	CHI è il protagonista del comunicato
WHAT	COSA vogliamo raccontare
WHEN	QUANDO è successo o succederà
WHERE	DOVE è successo o succederà
WHY	PERCHÉ è successo o succederà

CORPO CENTRALE

Nel prosieguo dell'articolo, attraverso lo stesso schema, ci sarà la possibilità di approfondire quanto riassunto nell'attacco prestando particolare attenzione a qualche accorgimento.

SUGGERIMENTO: i numeri hanno sempre la capacità di catturare l'attenzione, usiamoli a vantaggio della nostra comunicazione.

Evitare l'elenco infinito dei presenti: il nostro focus, come comunicatori Lions, è **raccontare il nostro operato**; è inevitabile che autorità lionistiche e civili potrebbero essere presenti all'evento di cui si sta redigendo il comunicato ma non è sicuramente il nostro **WHAT**. Si consiglia di citare l'autorità solo nel caso in cui sia davvero di rilevanza. In ogni caso eliminare ogni tipo di titolo (prof., dott., etc.)

L'assunto di base è quello di fornire le informazioni in ordine di importanza, da quelle più rilevanti a quelle meno rilevanti; siate chiari nell'esposizione e, per agevolare la scorrevolezza nella lettura, cercate di scrivere periodi brevi: è un altro modo per essere tagliati con raziocinio dalle redazioni.

- Evitare termini stranieri o acronimi poco noti: se si utilizzano degli acronimi, citare sempre ciò che rappresentano per esteso almeno una volta. Non dare mai per scontato che i lettori sappiano a cosa ci si sta riferendo.
- Abolire l'uso della prima persona.
- Evitare giudizi personali e opinioni: il compito del comunicato stampa è quello di fornire la notizia in modo neutro.
- Quando possibile inserire un virgolettato (dell'ospite, dell'autorità lionistica o civile, etc.,) facendo attenzione a riportare le esatte parole e ad attribuire correttamente la fonte, creerà ritmo nella lettura e arricchirà i contenuti ma solo se comunicherà *informazioni* e non convenevoli!

La struttura del comunicato stampa

CHIUSURA

Semplice e diretta, è l'ultima frase che viene letta e che, se pubblicata (ricordiamoci sempre la possibilità di tagli), è anche l'ultima cosa che il lettore ricorda.

È il momento in cui si possono inserire argomenti istituzionali legati all'organizzazione, report sulle sovvenzioni della nostra Fondazione o breve spiegazione su qual è l'attività dei cub utilizzando i format che la sede centrale ci mette a disposizione:

La struttura del comunicato stampa

Lions Clubs International è la più grande organizzazione di club di servizio al mondo, con quasi 1,3 milioni di soci in circa 46.000 club in 205 paesi e aree geografiche del mondo. Dal 1917, i Lions club hanno aiutato i non vedenti e gli ipovedenti e hanno assunto un forte impegno nel servizio alla comunità e nel servizio ai giovani di tutto il mondo. Per ulteriori informazioni su Lions Clubs International, visitare il sito web all'indirizzo www.lionsclubs.org.

Questo progetto è stato finanziato in parte dalla Fondazione Lions Clubs International, l'organizzazione di beneficenza ufficiale dei Lions Clubs. La Fondazione assegna sovvenzioni per progetti umanitari Lions su larga scala in tutto il mondo. Dal 1968 ha assegnato più di 640 milioni di dollari.

I Lions club sono gruppi di uomini e donne che individuano i bisogni della comunità e insieme si impegnano a soddisfare tali esigenze. Per maggiori informazioni o per sapere come entrare a far parte del Lions club (nome del club), si prega di contattare (nome) al seguente recapito (numero di telefono/aggiungere l'indirizzo del sito web se disponibile).

È buona pratica inserire in questa parte eventuali informazioni utili: a chi rivolgersi, dove approfondire l'argomento, etc.:

- Per ogni ulteriore informazione è possibile contattare il responsabile del service al numero / email [...]
- Per informazioni e iscrizioni www.sitoweb.it [...]
- Vi aspettiamo il DATA al TITOLO DELL'EVENTO [...]

VERIFICA

Prima di inviare il comunicato stampa è opportuno impiegare qualche minuto e ricontrollare:

NOMI E COGNOMI
DATE E ORARI
PARTNER E LORO TIPO DI COINVOLGIMENTO (patrocinî, collaborazioni, sponsorizzazioni, contributi, etc.)

FOTOGRAFIE

è buona prassi allegare anche una fotografia rappresentativa che sia di buona qualità (non inferiore a 2Mb) corredandola con una didascalia in cui si riportino i nomi dei presenti, se nella foto sono immortalate persone di rilevanza giornalistica ed è relativa alla notizia di un evento già successo, oppure luogo, anno e titolo dell'evento se è la foto è di repertorio ma relativa alla notizia di un evento che accadrà nel prossimo futuro.

- **Utilizzare foto proprie, di cui si ha la titolarità:** anche se fatte con un cellulare saranno più adeguate rispetto a foto scaricate da internet, di cui non abbiamo i diritti di utilizzo e di pubblicazione
- **Evitare tavole imbandite e tagli delle torte**
- **Non inviare locandine alle redazioni**
- **Non inviare slide di presentazione alle redazioni**
- **Non inviare foto in cui vi siano minori riconoscibili**

LE NORME DI REDAZIONE

Come ogni struttura redazionale anche noi Lions ci siamo dotati di uno strumento di facile consultazione che ci potrà aiutare nella scrittura, fugare qualche dubbio e *normare* il testo scritto così che l'identità Lion sia unica e inequivocabile.

Per perseguire questo obiettivo è vivamente consigliata la lettura degli ***Appunti di comunicazione*** relativi alle ***norme di redazione.***



La struttura del comunicato stampa



TITOLO

IL LIONS CLUB VALLEFIORITA HOST DONA BUONI SPESA PER UN VALORE DI 10.000 EURO E AGGIUNGE UN POSTO A TAVOLA PER LE FESTE PER 20 FAMIGLIE DI VALLEFIORITA

**SOMMARIO
(opzionale)**

In occasione delle feste natalizie e della “Giornata Internazionale della Solidarietà” il club guidato dal presidente Mario Rossi ha aderito al progetto “Aggiungi un posto a tavola” del Lions Clubs International

ATTACCO

Vallefiorita, 13 dicembre 2022

Il Lions club Vallefiorita Host in occasione delle feste natalizie e della “Giornata Internazionale della Solidarietà” ha aderito al progetto “Aggiungi un posto a tavola” del Lions Clubs International.

L’iniziativa, in sintonia con tutti i Lions d’Italia, intende manifestare solidarietà e vicinanza alle persone che soprattutto nei momenti di festa, a causa delle loro condizioni disagiate si sentono ancora più abbandonate e sole.

**CORPO
CENTRAL**

Il Lions club cittadino ha aderito all’iniziativa donando buoni spesa del valore di € 10 per un totale di 10.000 euro, a 20 famiglie disagiate della città.

I buoni spesa, insieme ai panettoni donati dalla ditta Dolcidellefeste e ad altri buoni spesa donati dal supermercato Carrellofelice, sono stati consegnati alle famiglie su segnalazione di alcune associazioni operanti nel settore della solidarietà.

I buoni sono spendibili presso il supermercato Carrellofelice.

Il Lions club Vallefiorita, con il suo contributo, ha inteso manifestare vicinanza alle persone meno fortunate della nostra comunità.



Lions Clubs International è la più grande organizzazione di club di servizio al mondo, con quasi 1,3 milioni di soci in circa 46.000 club in 205 paesi e aree geografiche del mondo. Dal 1917, i Lions club hanno aiutato i non vedenti e gli ipovedenti e hanno assunto un forte impegno nel servizio alla comunità e nel servizio ai giovani di tutto il mondo. Per ulteriori informazioni su Lions Clubs International, visitare il sito Web all'indirizzo www.lionsclubs.org.

**CHIUSURA
ISTITUZIONALE**

Questo progetto è stato finanziato in parte dalla Fondazione Lions Clubs International, l'organizzazione di beneficenza ufficiale dei Lions Clubs. La Fondazione assegna sovvenzioni per progetti umanitari Lions su larga scala in tutto il mondo. Dal 1968 ha assegnato più di 640 milioni di dollari.

**CHIUSURA
AGGIUNTIVA
SE INIZIATIVE
CON LCIF**

I Lions club sono gruppi di uomini e donne che individuano i bisogni della comunità e insieme si impegnano a soddisfare tali esigenze.

Per maggiori informazioni o per sapere come entrare a far parte del Lions Valle Fiorita Host, si prega di contattare Viola Verdi al seguente recapito: comitatosoci@lcvallefioritahost.it.

**CHIUSURA
AGGIUNTIVA
ISTITUZIONALE
CON INVITO
AL CONTATTO**

CONTATTI

Luigi Bianchi

Addetto comunicazione e marketing
del Lions club Valle Fiorita Host

Cell 333 167761

Email luigi.bianchi@lcvallefioritahost.it

**INFORMAZIONI
DI CLUB PER
AGEVOLARE
LE REDAZIONI**

Le notizie che vengono veicolate sono legate a doppio filo con il media che le ospiterà: mondo Lions o mondo civile.

Alcuni progetti, per quanto lodevoli, potrebbero non rivelarsi interessanti per i giornali per cui non solo c'è la possibilità che non vengano pubblicati (non offendiamoci) ma si rischia di essere ignorati nel momento in cui la notizia, invece, riguarda la collettività.

Per stabilire cosa può essere definito come interessante, è d'uopo domandarsi sempre: **«Una persona non Lion troverebbe interessante o utile questa notizia?».**

Una gita molto piacevole che coinvolge più club nello spirito di amicizia, ad esempio, è sicuramente di interesse lionistico ma non ha *appeal* sulla popolazione, anche se è legata a fundraising. Meglio allora parlare del service a cui è destinato il fundraising.

Cosa comunicare

ARGOMENTI DI INTERESSE PUBBLICO

destinati a testate giornalistiche non Lions

- service o attività che migliorano le comunità (nuovi parchi, programmi nelle scuole, etc..,)
- attività di servizio pubblico (screening medici, campagne informative, campagne di prevenzione, etc.)
- eventi che coinvolgono il pubblico o particolari gruppi all'interno delle comunità (raccolte di fondi, raccolte di articoli per la scuola, etc.)

RICORDATE SEMPRE DI SPECIFICARE IN MODO CHIARO LA DESTINAZIONE DEL RICAVATO (SERVICE)

Un piccolo suggerimento: la parola **SERVICE** è spesso poco chiara a chi non è Lion. Nel dubbio è più vantaggioso ai fini della comunicazione parlare, ad esempio, di **SERVIZIO ALLA COMUNITÀ** oppure utilizzare frasi che spieghino nello specifico il tipo di intervento.

LESS IS MORE: un semplice file di testo è la soluzione ideale, **nessuna redazione grafica terrà conto di qualunque genere di impaginazione** verrà fatta.

Se si utilizza un programma di videoscrittura (word processor come Microsoft Word, Open Office, Apple Pages) è buona pratica rispettare alcune indicazioni.

FORMATTAZIONE DI CARATTERE

- non inserire grassetto, corsivi, sottolineati, barrati
- utilizzare lo stesso tipo di carattere, possibilmente Times o Times New Roman, Courier, Arial
- utilizzare la stessa dimensione di carattere e interlinea per tutto il testo (compreso titolo e didascalie)
- utilizzare lo stesso colore (nero) di carattere per tutto il testo
- non utilizzare effetti strani per i testi (ombre, sfumature, outline, ...)

FORMATTAZIONE DI PARAGRAFO

- utilizzare sempre e solo l'allineamento a sinistra (non centrato, non a destra, non giustificato)
- non inserire elenchi puntati, rientri, tabelle, icone
- non inserire spazi per cercare di allineare i testi

IMPAGINAZIONE

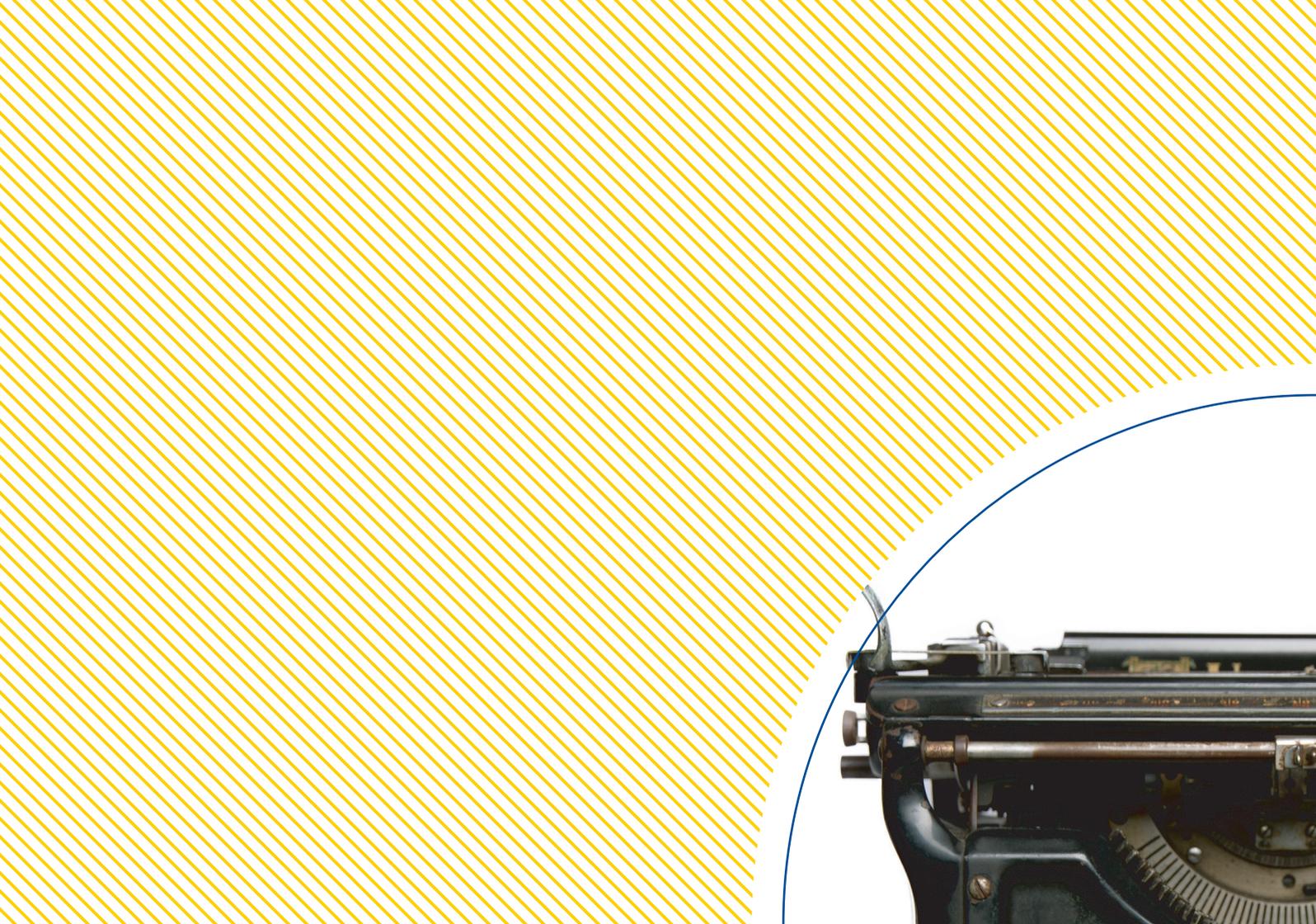
- non inserire foto, loghi, elementi esterni
- non inserire box di testo contenente altro testo
- non inserire documenti (document object ovvero: file di word esterni inglobati dentro il documento di word del comunicato stampa)
- non utilizzare intestazione o piè di pagina per contenuti che devono essere pubblicati.

Il nome del file di word dovrà essere coerente con il contenuto (es.: LCI_raccoltafondi_2021.doc), allo stesso modo i file delle foto saranno nominati in coerenza con il file di testo (es.: LCI_raccoltafondi_2021.jpg, LCI_raccoltafondi_2021-consegna.jpg).

**Come inviare
il comunicato
stampa**

MAI INVIARE I TESTI IN FORMATO PDF, JPG, PNG.

A completamento del comunicato stampa è possibile inviare una “cartella stampa” ovvero un documento dove, in estrema sintesi, viene raccontato il club e le sue peculiarità.



Multidistretto 108 ITALY
Area Comunicazione Esterna
con la collaborazione
dell'Ufficio Stampa Multidistrettuale

comunicazione.esterna@lions108.info